

ANALIZA GIBANJA PRIČAKOVANJ AMERIŠKIH POTROŠNIKOV GLEDE SPREMEMBE POTROŠNJE GOSPODINJSTEV ZA NUJNE IN NENUJNE ŽIVLJENJSKE POTREBŠČINE V ČASU NEGOTOVOSTI

Doc. dr. Dejan Romih, Univerza v Mariboru, Slovenija 

Povzetek: V tem članku analiziramo gibanje pričakovanj ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjestev za nujne in nenujne življenjske potrebščine, pri čemer uporabljamo podatke Zvezne rezervne banke v New Yorku, ki meri, opazuje in spremlja pričakovanja ameriških potrošnikov. Anketa o potrošnji gospodinjestev kaže, da so bila pričakovanja Američanov glede spremembe potrošnje gospodinjestev za nujne življenjske potrebščine bolj odporna proti šoku covida-19 kot pričakovanja Američanov glede povpraševanja po nenujnih življenjskih potrebščinah, kar je koristna informacija za ameriške oblikovalce politike.

Ključne besede: potrošnik, pričakovanje, Združene države Amerike

Cobiss: 1.04

1 Uvod

Živimo in delamo v času negotovosti, ki jo povzročajo različni dejavniki, od gospodarskih do političnih. Izkušnje učijo, da negotovost vpliva na vedenje in oblikovanje pričakovanj potrošnikov. V tem članku analiziramo gibanje pričakovanj ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjestev za nujne in nenujne življenjske potrebščine, pri čemer uporabljamo podatke ameriške centralne banke (angl. *Federal Reserve*), natančneje Zvezne rezervne banke v New Yorku (angl. *Federal Reserve Bank of New York*).

Izkušnje iz Združenih držav Amerike (ZDA) učijo, da se pričakovanja ameriških potrošnikov spreminjajo pod vplivom različnih dejavnikov, od domačih do tujih. Pričakovanja ameriških potrošnikov vplivajo na ameriško gospodarstvo (gospodarska gibanja) (Andreolli, Rickard & Surico, 2024, 2025), zato jih ameriška centralna banka meri, opazuje in spremlja, in sicer s pomočjo ankete o pričakovanjih potrošnikov (angl. *Survey of Consumer Expectations*), ki jo izvaja vsak mesec. Anкета je primer dobre prakse, saj omogoča vpogled v pričakovanja ameriških potrošnikov glede na njihove demografske lastnosti (starost, raven izobrazbe, raven dohodka ipd.). To velja tudi za anketo o potrošnji gospodinjestev (angl. *Household Spending Survey*), ki jo ameriška centralna banka izvaja vsake štiri mesece.

Negotovost povzroča potrebo po analiziranju gibanja pričakovanj ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjestev za nujne in nenujne življenjske potrebščine. Pri tem moramo upoštevati, da je pričakovanja ljudi težko meriti, kar otežuje njihovo opazovanje in spremljanje. S tem člankom zapolnjujemo vrzel v literaturi v slovenskem jeziku, ki je nastala po izbruhu epidemije covid-19, ko se je negotovost v ameriškem gospodarstvu in družbi samo še povečala.

Dong idr. (2021) so ugotovili, da je v prvi polovici leta 2020 epidemija covid-19 negativno vplivala na izdatke za osebno potrošnjo (razen za živila). V tem času je namreč na ameriškem trgu prevladoval pesimizem, ki je bil posledica krize. Conlin idr. (2024) so ugotovili, da so na začetku epidemije covid-19 (tj. pred odkritjem cepiva proti covidu-19) Američani povečali izdatke za živila, zaradi strahu pred okužbo s koronavirusom SARS-CoV-2 pa so spremenili svoje nakupne navade (prim. Whitman, 2024). Med drugim so povečali število nakupov v spletnih trgovinah (Conlin idr., 2024; Tyrväinen & Karjaluoto, 2022), kar je povzročilo potrebo po preobrazbi trgovinske dejavnosti. Chetty idr. (2024) pa so ugotovili, da so na začetku epidemije covid-19 ameriška gospodinjstva z visokim dohodkom zmanjšala potrošnjo (zlasti v dejavnostih z osebnim stikom), kar je negativno

vplivalo na mala podjetja (malo gospodarstvo). Ugotovili so tudi, da so delavci z visokim osebnim dohodkom prestajali recesijo v obliki črke V, delavci z nizkim osebnim dohodkom pa recesijo v obliki črke U, kar je vplivalo na njihovo potrošnjo.

Ta članek ima v nadaljevanju še štiri poglavja. V poglavju 2 podajamo metode, v poglavju 3 rezultate, v poglavju 4 razpravo, v poglavju 5 pa sklep.

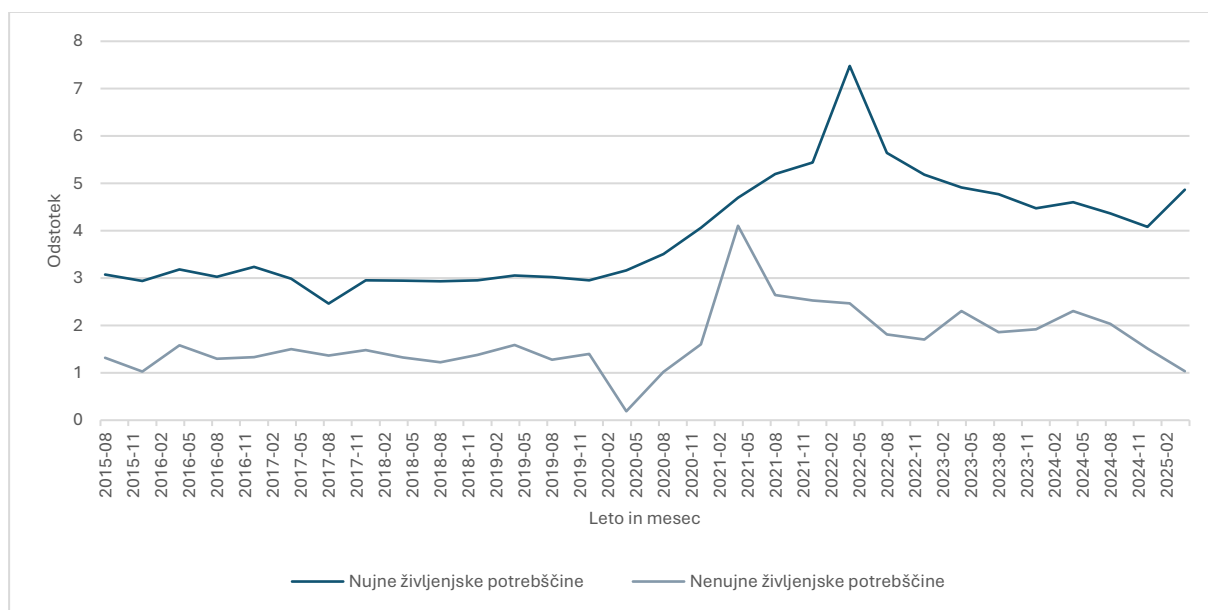
2 Metode

V raziskavi uporabljamo metodi analize in sinteze. V analizi uporabljamo podatke o mediani pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine čez dvanajst mesecev, ki so dostopni na spletni strani Zvezne rezervne banke v New Yorku. V raziskavi uporabljamo podatke od avgusta 2015 do aprila 2025. Na spletu so dostopni tudi podatki o razponu pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine čez dvanajst mesecev, ki pa jih v tem članku ne uporabljamo.

3 Rezultati

Slika 1 kaže gibanje mediane pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine skozi čas. Zanimivo je, da je bilo v opazovanem obdobju njeno gibanje vse do izbruha epidemije covida-19 stabilno, kmalu zatem pa se je destabiliziralo.

Slika 1: Gibanje mediane pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine



Vir podatkov: Federal Reserve Bank of New York (2025).

S slike 1 je razvidno, da je bila v opazovanem obdobju mediana pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne življenjske potrebščine najnižja avgusta 2017, ko je znašala 2,46, najvišja pa aprila 2022, ko je znašala 7,48. To pa ne velja za mediano pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nenujne življenjske potrebščine, ki je bila v opazovanem obdobju najnižja aprila 2020, ko je znašala 0,19, najvišja pa aprila 2021, ko je znašala 4,11. Podatki ameriške centralne banke kažejo, da so v opazovanem obdobju obstajale razlike v gibanju pričakovanih ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine, kar je koristna informacija za ameriške oblikovalce politike. Zanimivo je zlasti, da se je po izbruhu epidemije covid-19 mediana pričakovane odstotne spremembe potrošnje ameriških gospodinjstev za nujne življenjske potrebščine zvišala z 2,95 na 3,16, za nenujne življenjske potrebščine pa znižala z 1,4 na 0,19, kar kaže na to, da so bila pričakovanja ameriških potrošnikov glede povpraševanja po nujnih življenjskih potrebščinah bolj odporna proti šoku covid-19 kot pričakovanja ameriških potrošnikov glede povpraševanja po nenujnih življenjskih potrebščinah, kar smo pričakovali glede na literaturo (gl. npr. Andreolli, Rickard & Surico, 2024, 2025).

Po odkritju cepiva proti covidu-19 je prišlo do preobrata. Rast potrošnje je bila posledica porabe privarčevanega denarja ter rasti dohodka in premoženja (Dao, Jirasavetakul & Zhou, 2024). To se je odražalo tudi v pričakovanjih ameriških potrošnikov.

4 Razprava

Rezultati raziskave kažejo, da je izbruh epidemije covid-19 destabiliziral gibanje pričakovanih ameriških potrošnikov, kar smo pričakovali glede na njegov vpliv na potrošnjo in varčevanje (Adams & Bord, 2020; Aladangady idr., 2022; Armantier idr., 2021; Batty, Deeken & Henriques Volz, 2021; Bhutta idr., 2020; Bitler, Hoynes & Schanzenbach, 2020; Chetty idr., 2021). Strah pred neznanim (angl. *fear of the unknown*), ki se je širil med ljudmi, je vplival tudi na panično nakupovanje (angl. *panic buying*) (Kassas & Nayga, 2021; Maraz & Yi, 2022). Ugotovili smo, da so se po izbruhu epidemije covid-19 pričakovanja ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjstev za nenujne življenjske potrebščine znižala, kar je razumljivo glede na fazo ciklusa (Andreolli, Rickard & Surico, 2024, 2025). Recesija covid-19 je namreč vplivala na zmanjšanje potrošnje nenujnih življenjskih potrebščin. Ukrepi za zaježitev covid-19 (omejevanje socialnih stikov, delo od doma ipd.) pa so stanje samo še poslabšali. Delavci, ki so delali od doma, namreč niso potrebovali novih oblačil, obutve ipd.

Epidemija covid-19 je vplivala tudi na spremembe v nakupnih navadah Američanov (Hylton, 2022), ni pa bila edini dejavnik sprememb v zadnjih letih, saj sta na vedenje ameriških potrošnikov in oblikovanje njihovih pričakovanj vplivali tudi inflacija (Stempel, 2022) in geopolitika.

5 Sklep

V tem članku smo se osredotočili na analizo podatkov o gibanju pričakovanih ameriških potrošnikov glede spremembe potrošnje gospodinjstev za nujne in nenujne življenjske potrebščine. Izkazalo se je, da so se po recesiji covid-19 pričakovanja Američanov glede odstotne spremembe potrošnje gospodinjstev zvišala, kar smo pričakovali glede na povrnitev povpraševanja po pokovidnem odpiranju ameriškega gospodarstva.

Literatura in viri

1. Adams, R., & Bord, V. (2020, October 21). *The effects of the COVID-19 shutdown on the consumer credit card market: Revolvers versus transactors*. FEDS Notes. Board of Governors of the Federal Reserve System.

<https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/the-effects-of-the-covid-19-shutdown-on-the-consumer-credit-card-market-revolvers-versus-transactors-20201021.html>

2. Aladangady, A., Cho, D., Feiveson, L., & Pinto, E. (2022). *Excess savings during the COVID-19 pandemic*. FEDS Notes. Board of Governors of the Federal Reserve System. <https://doi.org/10.17016/2380-7172.3223>
3. Andreolli, M., Rickard, N., & Surico, P. (2024). *Non-essential business cycles* (CEPR Discussion Paper No. 19773). CEPR Press. <https://cepr.org/publications/dp19773>
4. Andreolli, M., Rickard, N., & Surico, P. (2025, 8. januar). *How the spending of the rich drives the income of the poor, and why it matters for the business cycle*. VoxEU. <https://cepr.org/voxeu/columns/how-spending-rich-drives-income-poor-and-why-matters-business-cycle>
5. Armantier, O., Goldman, L., Koşar, G., & van der Klaauw, W. (2021). An update on how households are using stimulus checks. Liberty Street Economics. Federal Reserve Bank of New York. <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2021/04/an-update-on-how-households-are-using-stimulus-checks/>
6. Batty, M., Deeken, E., & Henriques Volz, A. (2021). *Wealth inequality and COVID-19: Evidence from the Distributional Financial Accounts*. FEDS Notes. Board of Governors of the Federal Reserve System. <https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/wealth-inequality-and-covid-19-evidence-from-the-distributional-financial-accounts-20210830.html>
7. Bhutta, N., Blair, J., Dettling, L., & Moore, K. (2020). COVID-19, the CARES Act, and families' financial security. *National Tax Journal*, 73(3), 645–672. <https://doi.org/10.17310/ntj.2020.3.02>
8. Bitler, M. P., Hoynes, H. W., & Schanzenbach, D. W. (2020). The social safety net in the wake of COVID-19. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2020(Summer), 119–145. <https://www.jstor.org/stable/26996638>
9. Chetty, R., Friedman, J. N., Stepner, M., & Opportunity Insights Team. (2024). The economic impacts of COVID-19: Evidence from a new public database built using private sector data. *The Quarterly Journal of Economics*, 139(2), 829–889. <https://doi.org/10.1093/qje/qjad048>
10. Chetty, R., Hendren, N., Friedman, J., Stepner, M., & The Opportunity Insights Team. (2020). *The economic impacts of COVID-19: Evidence from a new public database built using private sector data* (NBER Working Paper No. 27431). National Bureau of Economic Research. <https://www.nber.org/papers/w27431>
11. Conlin, M., Harris-Lagoudakis, K., Haughey, C., Jung, S. Y., & Wich, H. (2024). The new normal: Grocery shopping behavior changes before and after the COVID-19 vaccine. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 46(3), 1241–1264. <https://doi.org/10.1002/aepp.13429>
12. Dao, M., Jirasavetakul, L.-B. F., & Zhou, J. (2024). *Drivers of post-COVID private consumption in the U.S.* (IMF Working Paper No. 2024/128). International Monetary Fund. <https://doi.org/10.5089/9798400281044.001>
13. Dong, D., Gozgor, G., Lu, Z., & Yan, C. (2020). Personal consumption in the United States during the COVID-19 crisis. *Applied Economics*, 53(11), 1311–1316. <https://doi.org/10.1080/00036846.2020.1828808>
14. Federal Reserve Bank of New York. (2025). *SCE Household Spending Survey*. Center for Microeconomic Data. <https://www.newyorkfed.org/microeconomics/sce/household-spending#/>
15. Hylton, S. (2022). *How the COVID-19 pandemic changed urban and rural spending habits*. U.S. Bureau of Labor Statistics. <https://www.bls.gov/spotlight/2022/how-the-covid-19-pandemic-changed-urban-and-rural-spending-habits/home.htm>

16. Kassas, B., & Nayga, R. M., Jr. (2021). Understanding the importance and timing of panic buying among U.S. households during the COVID-19 pandemic. *Food Quality and Preference*, 93, 104240. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104240>
17. Maraz, A., & Yi, S. (2022). Compulsive buying gradually increased during the first six months of the COVID-19 outbreak. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(1), 88–101. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00002>
18. Stempel, D. (2022). Household inflation inequality in the United States and Europe. *Credit and Capital Markets – Kredit und Kapital*, 55(3), 325–347. <https://doi.org/10.3790/ccm.55.3.325>
19. Whitman, J. (2024). *Essays in COVID-19 consumption decisions* (Doctoral dissertation). Wayne State University. https://digitalcommons.wayne.edu/oa_dissertations/4066/