

М. В. Івашенко

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії  
Харківського інституту банківської справи  
Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ)

## ПАНІЧНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА В УКРАЇНІ ЯК ПРОЯВ СПОЖИВЧОЇ ІРРАЦІОНАЛЬНОСТІ

*Досліджено еволюцію уявлень про економічну модель діяльності людини та її ірраціональність. Проаналізовано зміни основних соціально-економічних параметрів, які негативно вплинули на споживчі очікування домогосподарств (офіційний курс гривні, індекс споживчих цін, реальна заробітна плата) і спричинили панічні настрої в економічній поведінці.*

**Ключові слова:** продовольча паніка, панічна економічна поведінка, споживча ірраціональність, споживчі очікування.

### Ivashchenko M. PANIC ECONOMIC BEHAVIOR IN UKRAINE AS A CONSUMER DISPLAY IRRATIONALITY

*The paper investigates the evolution of ideas about the economic model of human activity and its irrationality. Analyzed changes in basic socio-economic parameters that have a negative impact on consumer expectations of households (official exchange rate, consumer price index, real wages) and caused panic in economic behavior.*

**Key words:** food panic, panic economic behavior, consumer irrationality, consumer expectations.

Обвал національної валюти, що відбувся протягом останнього року, змусив українців здійснювати великі закупівлі товарів у місцях роздрібного продажу, відчуваючи панічні споживчі настрої. Люди намагаються замінити гривню, що швидко знецінюється, на товари щоденного вжитку: крупи, борошно, цукор, побутову хімію, косметику, алкоголь. Фактично у країні час від часу відбувається явище, що отримало назву «продуктова паніка».

Продуктова паніка є ірраціональним проявом економічної поведінки. Узагалі питанням раціональності економічної поведінки цікавились економісти з часів класиків. Про те, як людство розчарувалось у раціональності власної економічної поведінки, можна простежити через трансформацію розуміння місця людини в економічному середовищі від «homo oeconomicus» до залучення нових понять, пов'язаних із людською складовою.

Термін «економічна людина» має в літературі подвійне значення. По-перше, таку назву має абстрактна модель людини, яка використовується в економічній теорії. По-друге, цим терміном прийнято називати раціональну людину, якою рухають лише матеріальні, економічні цілі, яка прагне збільшення багатства або до скорочення трудових витрат (Дж.-С. Мілль) [7]. Саме цей науковець часто піддається критиці з моральних позицій за егоїзм, холодний розрахунок в економічній поведінці і т. ін., та саме про відмову від цієї категорії все частіше кажуть економісти – теоретики постіндустріального суспільства.

Модель «людина економічна» в економічній теорії може містити вимоги до раціональності суб'єкта (максимізація корисності або прибутків), його інформованості, швидкості адаптації до умов, що змінюються. Раціональність, що складається з максимізації цільової функції за даних обмежень, є важливішою якістю економічної людини. Цільовою функцією в цьому разі

прийнято вважати так звану корисність для домогосподарств і прибуток для фірм. Це не означає, що економічна людина обов'язково є егоїстом. В індивідуальну функцію корисності може входити й добробут інших людей. Крім того, він повинен бути індивідуалістом у тому сенсі, що на його цільову функцію не можуть вплинути дії інших осіб, але ж в економічній практиці людина зазнає досить відчутного соціального впливу, який коригує не лише його поведінку, а й мету економічної діяльності. Принцип же панічної поведінки полягає в її швидкому розповсюдженні саме в групі людей, через що паніку порівнюють з вірусом.

Інший напрям трактування моделі людини, що властивий інституціоналізму, кейнсіанській та історичній школам, є складнішим і ставить під сумнів раціональність поведінки. Т. Веблен вважав, що головним мотивом економічної поведінки є прагнення до підвищення соціального статусу, а це призводить до технічного прогресу [2]. Таким чином, мотиваційні стимули містять не лише прагнення до матеріальних благ, а й певні елементи психологічного характеру. Істотно ускладненим у цій моделі є досягнення висунутих цілей унаслідок недостатньої інформованості господарських суб'єктів (обмеженої раціональності), недосконалості їхнього інтелекту, емоційності, релігійних установок. Для створення моделі поведінки людини Дж. Кейнс теж оперував психологічними факторами і вже на їх основі простежував економічний аспект (схильність до накопичення, віддання переваги ліквідності) [5].

Третій напрям моделювання раціональності поведінки людини відображає сучасну соціально-економічну дійсність. Для цієї моделі характерна зміна мотивації діяльності в напрямі зростання ролі духовних потреб особистості. Представники теорії соціального вибору (Дж. Б'юкенен [1] і Ф. Хайск [14]) активно запроваджують в економічну модель людини етичний

початок, відкидають обмеження моралі в економіці тільки межами власної користі. Новій моделі людини властиві інформованість, високий рівень освіти та культури, множинність і динамізм потреб, свобода духовного самовизначення, вільного вибору типу культури та суспільно-політичних поглядів [13].

Сучасні дослідники радянської і пострадянської економіки пропонують ще низку цікавих термінів, що відображають трансформацію особистості та, відповідно, його раціональності: «homo soveticus» [6], «homo transformaticus» [8] і «homo adaptaticus» [4].

Отже, кожна з перелічених економічних моделей людини має свою ступінь раціональності / ірраціональності. Але виникає закономірне питання: наскільки панічна економічна поведінка є ірраціональною? Адже якщо йдеться про закупівлю товарів, вартість яких може в найближчий час суттєво збільшитись, то домогосподарство скоріш діє раціонально; якщо ж майбутня вартість є невизначеною, товари купують у кількості, яку домогосподарство не в змозі спожити до кінця терміну придатності, тоді можна говорити про ірраціональність або принаймні обмежену раціональність.

Для створення паніки зовсім необов'язково суб'єктам бути ірраціональними. У роботі С. Сінха [9] розглядається можливість створення бульбашок на ринку (нерациональне ринкове поведінка) в ситуації, коли індивіди діють цілком раціонально. Раціональність агентів у цьому разі полягає в тому, що їхні прогнози щодо майбутньої динаміки цін будуються на основі адаптивних очікувань та порівняння своєї поведінки з поведінкою інших учасників, які придбали товар за більш низькою ціною, ніж очікується в майбутньому. В ситуації швидкого зростання цін за відсутності на те економічних причин активізуються очікування продовження цієї тенденції в довгостроковому періоді, а швидкість пристосування всіх гравців до нової інформації впливає на величину надування і лопання бульбашки. Такі процеси спостерігаються в основному на фінансових ринках, де проявляється підвищена волотильність і схильність до спекуляцій, але зрідка такі речі відбуваються і на споживчих ринках: нерухомість, продукти харчування (зокрема тривалого зберігання) тощо.

Крім того, ірраціональність має прояви не тільки в паніці, існує й інша, буденна ірраціональна поведінка: попит на продукти, шкідливі для здоров'я або споживання яких засуджується суспільством (алкоголь, наркотики, порнографія, цигарки тощо). Ірраціональною є будь-яка навмисна дія людини, що розуміє вірогідні наслідки, включаючи можливість значного зростання ризику смерті, страждання, каліцтва, втрати свободи, і при цьому не має адекватних підстав для вчинення цієї дії.

Продуктова паніка ж не пов'язана з настанням таких наслідків. Людми, які під впливом панічних настроїв одноразово стрімко збільшують закупівлю продуктів, рухає страх голоду. Психологи стверджують, що в українців ще сильна глибинна генетична пам'ять про голодомор – гени несуть інформацію чо-

тирхох поколінь. Особливо схильні до цього страху люди старшого віку, які чули про голод з перших вуст і пам'ятають радянський дефіцит. Для більш молодих найактуальнішим є досвід, пережитий під час гіперінфляції 90-х років минулого століття.

Продуктова паніка – психологічний вірус, який дуже швидко передається через колективне несвідоме та, окрім закупівлі товарів у великих обсягах, може супроводжуватись колективним обговоренням подій як особисто, так і через соціальні мережі, що суттєво збільшує коло залучених до паніки осіб та, відповідно, її наслідків [3].

Що стосується причин, які призвели до паніки, то це, безумовно, різке погіршення добробуту домогосподарств, яке вони можуть оцінити за такими умовами: стрімка і суттєва девальвація гривні, підвищення загального рівня цін (особливо вартість енергоносіїв), скорочення реальної заробітної плати.

Серед перелічених причин найвражаючою для суспільства стала девальвація гривні. За даними Національного банку України, протягом року офіційний курс гривні щодо долара склався так, як це відображено в *табл. 1*.

Таблиця 1

**Офіційний курс гривні до долара  
протягом березня 2014 – березня 2015**

Дата	Кількість одиниць	Офіційний курс
03.03.2014	100	969,9400
01.04.2014	100	1099,8100
05.05.2014	100	1140,0000
02.06.2014	100	1187,7564
01.07.2014	100	1178,5498
01.08.2014	100	1196,3280
01.09.2014	100	1311,4112
01.10.2014	100	1295,0006
03.11.2014	100	1295,0746
01.12.2014	100	1505,6413
01.01.2015	100	1576,8556
02.02.2015	100	1614,6996
26.02.2015	100	3001,0175
02.03.2015	100	2685,8114
13.03.2015	100	2161.6059

*Примітка.* Складено за: Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : <http://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily>

Що ж стосується зміни рівня цін, то станом на січень – лютий поточного року ця інформація представлена на офіційному сайті Державної служби статистики України (*табл. 2*).

Отже, існуючі темпи інфляції неминуче вплинули на реальні доходи українців, інформацію про що надає Держкомстат. Згідно з його оцінками, реальна заробітна плата в Україні зменшилась на 6,5% за підсумками 2014 року, порівняно з 2013 роком. У грудні 2014 року реальна зарплатня в Україні, порівняно з груднем попереднього року, зменшилась на 13,6%. Номінальна зарплатня за підсумками 2014 року становила 106% до попереднього року і 110,4% у грудні (до грудня попереднього року).

Таблиця 2  
Базовий індекс споживчих цін, %

Місяць	2015	2014
до попереднього місяця		
січень	102,6	99,9
лютий	105,4	99,8
до грудня попереднього року		
січень	102,6	99,9
лютий	108,1	99,7
до відповідного місяця попереднього року		
січень	126,1	100,1
лютий	133,2	100,0
до відповідного періоду попереднього року		
	126,1	100,1
	129,7	100,0

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/ct/bisc/bisc\\_u/bisc\\_2015u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/ct/bisc/bisc_u/bisc_2015u.htm).

У 2015 році індекс реальної заробітної плати у відсотках до відповідного періоду попереднього року в цілому по Україні становлять 82,7%, а до попереднього місяця – 83,3%.

Отже, всі розглянуті вище проблеми в економіці знижують купівельну спроможність населення та погіршують споживчі настрої. Індекс споживчих настроїв в Україні в січні 2015 року погіршився щодо попередніх періодів і становив 45,8, що на 6,7 п. п. менше, ніж у грудні 2014 року, свідчать дані щомісячного дослідження GfK Ukraine. Це найбільше падіння індексу за останні п'ять місяців [12]. У лютому 2015 року тривало погіршення споживчих настроїв українців. Індекс споживчих настроїв знизився на 4,8 п. до 41,1, унаслідок чого впритул наблизився до найнижчого рівня, зафіксованого в січні 2009 року [11]. Також погіршилися очікування щодо можливої інфляції: індекс інфляційних очікувань зріс на 1,5 п. та дорівнює 187,7. Одночасно суттєво погіршилися очікування українців щодо курсу гривні впродовж найближчих трьох місяців: індекс девальваційних очікувань зріс на 8,4 п. до значення 161. При цьому індекси поточного особистого матеріального становища та очікуваного розвитку економіки впродовж найближчого року є суттєво нижчими від рівня 2009 року, а індекс доцільності робити великі закупівлі – вищими.

Отже, всі перелічені економічні причини спричинили продуктову паніку, яка, у свою чергу, повинна збільшити оборот роздрібною торгівлі в лютому, що мав тенденцію до скорочення протягом 2014 року (рис. 1). Оборот роздрібною торгівлі в Україні в січні 2015 року знизився на 22,6% у порівнянні з аналогічним періодом

2014 року (у порівнянних цінах) до 65,734 млрд грн. Про це свідчать дані Державної служби статистики України.

Після оприлюднення офіційних статистичних даних щодо обороту роздрібною торгівлі в лютому, можна буде простежити, яким чином продуктова паніка вплинула на продаж.

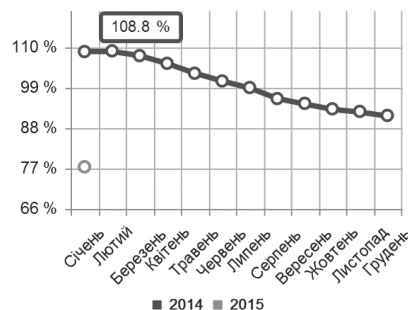


Рис. 1. Оборот роздрібною торгівлі (кумулятивно, у % до відповідного періоду попереднього року)

Джерело: Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&title=RozvitokTorgivli>.

Таким чином, на основі дослідження, здійсненого у статті, можна зазначити, що це не перша криза, яку переживають українці. Люди сьогодні є більш стійкими до економічних потрясінь, ніж на початку 1990-х, після розвалу СРСР. Найкращий спосіб протистояти паніці – уникати ситуацій, у яких можна «заразитися» нею. З боку органів влади слід здійснювати більш оперативне реагування на подібні прояви паніки і своєчасно інформувати громадян про відсутність дефіциту товарів масового споживання. До того ж варто виявляти зацікавлені в розповсюдженні паніки торговельні мережі, які є її локомотивами, та притягувати до відповідальності. Отже, кращим механізмом опанування панічними настроями є постійна інформаційна робота державних органів влади та налагодження комунікацій з домогосподарствами задля попередження такої паніки. Адже при цьому виникає питання довіри населення до державних інституцій і можливість отримання допомоги та підтримки від них.

Але ж панічна економічна поведінка зазвичай не виникає без соціально-економічного підґрунтя. Озвучені бюджетні орієнтири щодо підвищення цін на газ та опалення, прогнози МВФ щодо інфляції в 2015 році на рівні 27% будуть впливати на погіршення інфляційних настроїв суспільства і, можливо, викликати нові витки паніки аж до загальної соціально-економічної та суспільно-політичної стабілізації у країні.

#### Список використаних джерел

1. Бьюкенен Дж. Конституция экономической политики (Расчет согласия совместно с Г. Толлок); Границы свободы / Джеймс Бьюкенен ; пер. с англ. : Ю. Н. Парамонов, А. А. Соловьева ; послесл. : Джеймс Бьюкенен и теория общественного выбора / Р. Нуреев. – М. : Таурис Альфа, 1997. – 556 с.
2. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. М. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.
3. Гамалий И. Вирус страха. Как избежать массовой паники и не скупать продукты [Электронный ресурс] / Ирина Гамалий // Фокус. – 03.03.15. – Режим доступа : <http://focus.ua/society>.
4. Іващенко М. В. Економічна поведінка як чинник інституціональних перетворень : монографія / Марина Вікторівна Іващенко. – К. : УБС НБУ, 2012. – 211 с.

5. Кейнс Дж. М. Избранные произведения : пер. с англ. / Дж. М. Кейнс. – М. : Экономика, 1993. – 541 с.
6. Лапина Г. Самоорганизация населения в трансформирующейся социальной системе / Г. Лапина // Общество и экономика. – 1998. – № 8–9. – С. 13–23.
7. Милль Дж.-С. Основы политической экономии и некоторые аспекты их приложения к социальной философии / Дж.-С. Милль. – М. : Прогресс, 1980–1981. – Т. 1. – 482 с.
8. Папава В. Некроэкономика – феномен посткоммунистического переходного периода / В. Папава // Общество и экономика. – 2001. – № 5. – С. 22–30.
9. Рыжкова М. В. Иррациональное потребительское поведение как предмет экономической науки / М. В. Рыжкова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2012. – Вып. 4 (20). – С. 94–98.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
11. Споживчі настрої в Україні, лютий 2015: погіршення на 4,8 п. до 41,1 : Прес-реліз GfK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.gfk.com/ua/Documents/Press%20Releases/20150312\\_gfk\\_rel\\_cci\\_february'15\\_ukr.pdf](http://www.gfk.com/ua/Documents/Press%20Releases/20150312_gfk_rel_cci_february'15_ukr.pdf).
12. Споживчі настрої українців у січні різко погіршилися [Електронний ресурс] // Дзеркало тижня. Україна. – 18 февраля 2015. – Режим доступу : [http://dt.ua/ECONOMICS/spozhivchi-nastroyi-ukrayinciv-u-sichni-rizko-pogirshilisya-164652\\_.html](http://dt.ua/ECONOMICS/spozhivchi-nastroyi-ukrayinciv-u-sichni-rizko-pogirshilisya-164652_.html).
13. Тарханова Н. А. Эволюция «человеческого фактора» в экономической науке / Н. А. Тарханова // Наука. Религия. Суспільство. – 2002. – № 1. – С. 216–218.
14. Хайек Ф. А., фон. Пагубная самонадеянность: ошибки социализма / Ф. Хайек ; пер. с англ. под ред. У. У. Бартли. – М. : Новости, 1992. – 302 с.

### **References**

1. Buchanan J. The Constitution of Economic Policy, the Calculation of the Consent (together with G. Talloc); the Boundaries of Freedom / James Buchanan. – Moscow, 1997. – 556 p.
2. Veblen T. The Theory of the Leisure Class / T. M. Veblen. – Moscow, 1984. – 367 p.
3. Gamaliy I. The Virus of fear. How to avoid mass panic and not to buy products [electronic resource] / Iryna Gamaliy // Focus. – 03.03.15. – Access mode: <http://focus.ua/society/>.
4. Ivashchenko M. V. Economic behavior as a factor of institutional transformations: monograph / Marina V. Ivashchenko. – Kiev, 2012. – 211 p.
5. Keynes J. Selected works / J. M. Keynes. – Moscow, 1993. – 541 p.
6. Lapina G. Self-organization of population in transforming the social system / G. Lapina // Society and economy. – 1998. – No. 8–9. – P. 13–23.
7. Mill John Stuart. Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy / J.-S. Mill. – Moscow, 1980–1981. – Т. 1. – 482 p.
8. Papava V. The necroeconomy – the phenomenon of post-Communist transition / V. Papava // Society and economy. – 2001. – No. 5. – P. 22–30.
9. Ryzhkova M. V. Irrational consumer behavior as a subject of economic science // Bulletin of the Tomsk state University. Economy. – 2012. – № 4 (20). – P. 94–98.
10. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations / A. Smith. – Moscow, 1962. – 684 p.
11. Consumer sentiment in Ukraine, February 2015: the deterioration 4.8 p. to 41.1 : Press release GfK Ukraine [electronic resource]. – Access mode : [http://www.gfk.com /ua/Documents/Press%20Releases/20150312\\_gfk\\_rel\\_cci\\_february'15\\_ukr.pdf](http://www.gfk.com /ua/Documents/Press%20Releases/20150312_gfk_rel_cci_february'15_ukr.pdf).
12. Consumer confidence of Ukrainians in January deteriorated [electronic resource] // Mirror of the week. Ukraine. – 2015, February 18. – Access mode : [http://dt.ua/ECONOMICS/spozhivchi-nastroyi-ukrayinciv-u-sichni-rizko-pogirshilisya-164652\\_.html](http://dt.ua/ECONOMICS/spozhivchi-nastroyi-ukrayinciv-u-sichni-rizko-pogirshilisya-164652_.html)
13. Tarkhanova N. A. Evolution of the "human factor" in economic science / N. A. Tarkhanova // Science. Religion. Society. – 2002. – No. 1. – P. 216–218.
14. Hayek F. The Fatal Conceit: The Errors of Socialism / F. Hayek. – Moscow, 1992. – 302 p.