

Парадокс Гиффена и анализ потребительского поведения в России

Петренко Мария Юрьевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

Цель исследования – систематизировать теоретические основы парадокса Гиффена и проанализировать его проявления на российском рынке. В работе рассматриваются экономическая сущность эффекта Гиффена, исторические предпосылки его возникновения, а также современные примеры товаров, спрос на которые возрастает при повышении цены. Результаты исследования показывают, что в российской экономике наблюдаются отдельные случаи, которые можно интерпретировать как проявление парадокса Гиффена, однако их идентификация затруднена влиянием внешних факторов и сложностью выделения чистого эффекта дохода.

Ключевые слова: парадокс Гиффена, товар Гиффена, закон спроса, эффект дохода, эффект замещения, российский рынок, потребительское поведение.

Giffen's Paradox and analysis of consumer behavior in Russia

Petrenko Maria Yuryevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

student

Abstract

The purpose of the study is to systematize the theoretical foundations of the Giffen paradox and analyze its manifestations in the Russian market. The paper examines the economic essence of the Giffen effect, the historical background for its occurrence, as well as modern examples of products for which demand increases with increasing prices. The results of the study show that there are isolated cases in the Russian economy that can be interpreted as a manifestation of the Giffen paradox, but their identification is hampered by the influence of external factors and the difficulty of identifying the net income effect.

Keywords: Giffen's paradox, Giffen's product, law of demand, income effect, substitution effect, Russian market, consumer behavior.

В классической экономической теории закон спроса утверждает, что между ценой товара и величиной спроса на него существует обратная зависимость: чем выше цена, тем меньше потребителей готовы приобрести товар. Однако в реальной экономической практике встречаются ситуации, которые, на первый взгляд, противоречат этому правилу. Речь идёт о так

называемом парадоксе Гиффена – явлении, при котором спрос на товар возрастает одновременно с повышением его цены.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях экономической нестабильности, инфляции, санкционных ограничений и кризисных явлений, характерных для современной российской экономики, понимание механизмов формирования спроса на товары первой необходимости приобретает особое значение. Выявление случаев проявления парадокса Гиффена позволяет не только углубить теоретические представления о потребительском поведении, но и использовать эти знания для прогнозирования рыночных тенденций и выработки эффективной экономической политики.

Изучив научные работы по теме парадокса Гиффена, можно выделить следующие ключевые тезисы:

1. О. Н. Антипина, А. О. Вереникин и Е. О. Матвеев в статье расширяют хрестоматийную интерпретацию парадокса Гиффена за счет анализа результатов эмпирических исследований, проведенных в начале XXI в. Р. Дженсеном и Н. Миллером, а также описания «поведения по Гиффену» с помощью анализа характеристик товаров и ограничения минимальной калорийности потребительского набора [1];

2. В. И. Цуриков в статье строит математическую модель, иллюстрирующую эффект Гиффена, и оспаривает распространённые ошибочные представления о товаре Гиффена как о благе, спрос на которое растёт вследствие его относительного удешевления на фоне роста цен на все потребляемые блага [2];

3. В статье А. Х. Бытдаева рассматривает противоречивость действия закона спроса в отношении товаров Гиффена и приводит примеры проявления парадокса в России в период пандемии COVID-19 [3];

4. Е. С. Хохлова в статье рассматривает историю, формулировку парадокса, а также приводит разъяснения и примеры проявления эффекта, включая рынок криптовалют [4];

5. В статье Е. А. Репина и А. Н. Кузяшев анализируют случаи возникновения парадокса Гиффена в России, в частности в период пандемии коронавируса 2020 года, и приходят к выводу, что данный эффект может служить индикатором проблем в экономике [5].

Цель исследования – систематизировать теоретические основы парадокса Гиффена и проанализировать его проявления на российском рынке.

Эффект (парадокс, поведение) Гиффена, состоящий в наличии положительной связи между величиной спроса на благо и его ценой, нередко воспринимается как некая аномалия закона спроса. Данное явление было впервые описано в XIX веке английским экономистом и статистиком Робертом Гиффеном [2].

А. Х. Бытдаева в статье даёт следующее определение: «Товар Гиффена – это товар, занимающий значительное место в бюджете малоимущих потребителей, товар, спрос на который при прочих условиях изменяется в том

же направлении, что и цена, поскольку эффект дохода в этом случае превышает эффект замещения» [3].

Е. А. Репина и А. Н. Кузяшев также подтверждают, что «эффект Гиффена – это явление в экономике, при котором спрос на товар снижается вместе с понижением цены и наоборот – спрос повышается вместе с повышением цены вопреки основному закону спроса» [5].

Классическое объяснение механизма парадокса было предложено А. Маршаллом. Маршалл в своей фундаментальной работе «Принципы экономической науки» отмечал: «повышение цены на хлеб проделывает такую большую брешь в бюджете беднейших рабочих семей и настолько увеличивает предельную полезность денег для них, что они вынуждены сократить потребление мяса и наиболее дорогих мучных продуктов питания; поскольку же хлеб продолжает оставаться самым дешевым продуктом питания, который они в состоянии купить и станут покупать, они потребляют его при этом не меньше, а больше» [1].

В дальнейшем Дж. Р. Хикс уточнил условия возникновения парадокса: «Кривая спроса на некоторый товар должна отлого понижаться, отражая расширение потребления по мере снижения цены товара, во всех случаях, когда товар не является худшим... Вероятность того, что потребители большую часть своих доходов направят на приобретение худших, с их точки зрения, товаров, есть лишь тогда, когда уровень их жизни очень низок» [1].

В статье В. И. Цуриков даёт строгую классификацию благ с точки зрения эластичности спроса: «Если коэффициент эластичности спроса по доходу положителен, то соответствующее благо будем называть ценным; если же отрицателен, то благо малоценное. Если коэффициент эластичности спроса по цене меньше нуля – благо нормальное; если же больше нуля, то такое благо, являющееся малоценным, и будем называть товаром Гиффена» [2].

Долгое время существование парадокса Гиффена подвергалось сомнению. Как отмечает Е. С. Хохлова, «в 1947 г. Дж. Стиглер буквально обрушил шквал критики на А. Маршалла, который, по его мнению, сильно преувеличил «намок» Р. Гиффена на существование кривой спроса с положительным наклоном» [4]. Однако в 2007–2008 годах Р. Дженсен и Н. Миллер провели масштабный полевой эксперимент в Китае, результаты которого, по мнению многих исследователей, стали убедительным доказательством существования эффекта [4].

В статье О. Н. Антипина, А. О. Вереникин и Е. О. Матвеев описывают эксперимент: «Р. Дженсен и Н. Миллер провели своё исследование в южной провинции Хунань, где основным продуктом является рис, и северной провинции Ганьсу, где основным продуктом является пшеница... Ключевым моментом исследования было внесение в дневник данных о потреблённой еде каждым членом домохозяйства за каждые 24 часа» [1]. В ходе эксперимента «для рассмотренной категории потребителей точечные коэффициенты эластичности спроса на «базовый продукт» по цене оказались положительными: наибольшее значение коэффициента эластичности спроса

по цене составило 0,85 в провинции Хунань для риса и 1,07 в провинции Гансу для пшеницы» [1].

При этом Р. Дженсен и Н. Миллер «специально избегают термина «товар Гиффена» и используют понятие «поведение по Гиффену», поскольку изучаемое ими явление относится к конкретному потребителю в конкретной ситуации» [1].

Сомнения в том, что аномалии, якобы связанные с нарушением закона спроса, в действительности являются проявлениями парадокса Гиффена, были и при попытках обнаружить парадокс Гиффена в России. Реформы отечественной экономики методами «шоковой терапии», начавшиеся 1 января 1992 г. одномоментной либерализацией цен, в условиях глубоко монополизированной экономики привели к резкому взлету цен в 10–15 раз. Это не могло не вызвать сокращения платежеспособного спроса и падения жизненного уровня населения. За чертой бедности оказалась примерно треть россиян [1].

Наиболее тяжелым был 1992 г., когда, по статистическим данным, доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума достигла 33,5%, а индекс потребительских цен на продовольственные товары составил 26,3. Без учета инфляции за 1992 г. хлеб подорожал на 160%, а его потребление в расчете на душу населения увеличилось на 4,2%; рост цен на картофель, реализованный в организованной торговле, составил 55%, а его потребление на душу населения увеличилось на 5,4% [1].

Однако свидетельствовала ли положительная динамика цены и величины спроса на хлеб и картофель о проявлении парадокса Гиффена в России в 1992 г.? Очень трудно дать утвердительный ответ на этот вопрос, ибо не подорожание этих продуктов могло вызвать рост величины спроса на них, а рост спроса мог стимулировать рост равновесных рыночных цен, особенно в условиях, когда с прилавков магазинов внезапно исчезло большинство привычных продуктов, входивших в потребительскую корзину, в которой прежде ни хлеб, ни картофель не занимали большую долю [1].

В современных российских условиях наиболее яркие случаи, которые можно интерпретировать как проявление парадокса Гиффена, наблюдались в период пандемии COVID-19. Е. А. Репина и А. Н. Кузяшев отмечают, что «в период пандемии «товарами Гиффена» стали маски и антисептики» [5]. Репина и Кузяшев анализируют динамику выручки двух компаний, производящих данные товары, и приходят к выводу: «На графике выручки хорошо видно, что маски и антисептики начали скупать задолго до пиковых значений на графике заражённых. Необходимые для жизни товары дорожали, но их не переставали скупать – хороший пример эффекта Гиффена. Показатели ВВП в это же время падали, что действительно говорит о проблемах в экономике» [5].

А. Х. Бытдаева приводит аналогичные наблюдения: «С 31 января 2020 года в Российской Федерации началось распространение и массовое заболевание населения новой коронавирусной инфекцией COVID-19. Чересчур востребованными стали маски. Цены повысились минимум на 2-3%.

Был огромный дефицит на обычные обезболивающие, также на препараты для лечения лёгких, которые превышали 2-3 тысячи рублей» [3]. Бытдаева также отмечает, что «в 2021 году в Карачаево-Черкессии сильно увеличилась цена на крупу и сахар. Многие потребители начали скупать эти продукты с большим запасом (5 кг и выше)» [3]. По мнению А. Х. Бытдаевой, «на формирование эффекта Гиффена влияют также действие зарубежных санкций со стороны недружественных стран» [3].

Е. А. Репина и А. Н. Кузьяшев выделяют основные предпосылки возникновения эффекта Гиффена [5]:

1. Девальвация валюты. Когда местная валюта дешевеет на фоне доллара США, реальный доход населения падает. Если это доходит до критической стадии, с высокой долей вероятности может возникнуть эффект Гиффена, и люди побегут на последние деньги закупать гречку и сахар про запас;

2. Угроза кризиса. Резкие политические заявления, угрожающие экономическими санкциями и войной, вызывают панику у людей, после чего они могут массово обменивать рубль на доллары и скупать товары первой необходимости;

3. Война. Цены на все продукты будут расти, и люди будут тратить все сбережения только на товары первой необходимости. Так, например, в марте 2022 резко вырос спрос на средства женской гигиены. Цена за единицу товара могла возрасти до 10 раз в сравнении с обычными условиями;

4. Неурожай. Этот фактор ведет к подорожанию продуктов, но если им нет замены, то спрос на них будет увеличиваться;

5. Пандемия. Опасаясь того, что из-за ограничений, связанных с пандемией коронавируса, перестанут работать предприятия, люди бросились покупать еду и средства личной гигиены. По мере того, как товары сметали с прилавков, цены повышались, что еще больше подстегивало людей скупать необходимые им товары.

Все вышеперечисленные примеры объединяет страх. Люди, опасаясь того, что необходимый им товар сильно подорожает или вовсе закончиться, начинают скупать его в количестве сильно больше необходимого, при этом отказываясь от более дорогих товаров. Например, вместо риса, мяса и овощей люди начинают скупать гречку, отказываясь от мяса и овощей. В данном случае гречка – это тот самый «товар Гиффена» [5].

В. И. Цуриков в своей модели приходит к важному теоретическому выводу: «Для проявления эффекта Гиффена необходимо, чтобы сумма средств, выделяемая потребителем на приобретение малоценного блага и его более дорогого заменителя, попала в определённый довольно узкий интервал» [2]. Он также утверждает, что «любое благо, которое может быть малоценным, в том числе и такое, потребление которого доступно только состоятельному индивиду, может оказаться товаром Гиффена» [2]. При этом Цуриков уточняет, что «для проявления эффекта Гиффена необходимо попадание значений некоторых параметров, влияющих на спрос, в довольно узкий интервал. Поэтому их сравнительно небольшие изменения могут менять

статус приобретаемого блага с товара Гиффена на нормальный и наоборот» [2].

Е. С. Хохлова в статье отмечает, что «эффект Гиффена как парадокс экономики очень часто критикуем со стороны учёных экономистов. В качестве аргумента рассматривается тот факт, что не существует реальных доказательств того, что повышение цены увеличивает спрос на тот или иной товар» [4]. Кроме того, «поведение Гиффена должно существовать при определённых (хотя и необычных) условиях. Если поведение Гиффена не существует, значит, либо не соблюдаются соответствующие условия, либо отсутствуют соответствующие данные для измерения поведения Гиффена, либо теория неполна или несовершенна» [4].

Подводя итог исследованию, можно сделать вывод, что парадокс Гиффена является реально существующим экономическим явлением, подтверждённым экспериментальными исследованиями. Однако его проявление ограничено строгими условиями: товар должен занимать значительную долю в бюджете потребителя, быть малоценным и не иметь близких заменителей.

На российском рынке наблюдаются отдельные случаи, которые можно интерпретировать как проявление парадокса Гиффена – в периоды экономических потрясений, пандемии и санкционных ограничений рост цен на отдельные товары первой необходимости сопровождался увеличением спроса на них. Вместе с тем идентификация эффекта осложняется влиянием внешних факторов и сложностью выделения чистого эффекта дохода.

Библиографический список

1. Антипина О. Н., Вереникин А. О., Матвеев Е. О. Парадокс Гиффена в XXI в. // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2019. №5. С. 183-205. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41378503>
2. Цуриков В. И. К вопросу о парадоксе Гиффена // Экономическая наука современной России. 2020. №1 (88). С. 7-21. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42665999>
3. Бытдаева А. Х. Проблема эффекта Гиффена в современной экономике // Молодежь. Наука. Образование. Карачаевск: Карачаево-Черкесский государственный университет им. У.Д. Алиева, 2023. С. 121-125. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=55427607>
4. Хохлова Е. С. Эффект товаров Гиффена как предмет экономического дискурса // Социально-экономические и правовые аспекты развития общества: современное видение и подходы. Омск: Омский государственный технический университет, 2024. С. 153-156. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=68497077>
5. Репина Е. А., Кузяшев А. Н. Парадокс (эффект) Гиффена в экономике Российской Федерации // Тенденции развития науки и образования. 2022. №92-6. С. 76-78. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50398183>