

Студент 2 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ОЧІКУВАНЬ У КРАЇНІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗУВАННЯ**

*Анотація. Розглянуто механізми збору інформації про інфляційні очікування населення у країнах світу та, зокрема, в Україні. Розроблено пропозиції щодо покращення системи опитування домогосподарств та керівників підприємств щодо їх інфляційних очікувань в Україні задля подальшого розвитку системи прогнозування.*

*Аннотация. Рассмотрены механизмы сбора информации об инфляционных ожиданиях населения в странах мира и, в частности, в Украине. Разработаны предложения по улучшению системы опроса домохозяйств и руководителей предприятий об их инфляционных ожиданиях для дальнейшего развития системы прогнозирования.*

*Annotation. The mechanisms of collecting the data about inflationary expectations of populations in the world and particularly in Ukraine were examined. The proposals of improving the system of surveys of householders and managers concerning their inflationary expectations were formulated for further development of the system of prognostication.*

*Ключові слова: інфляція, інфляційні очікування, раціональні очікування, інформаційне суспільство, опитування домогосподарств.*

Кожен економічний суб'єкт свідомо або несвідомо має особисті уявлення щодо тих чи інших явищ, які чекають на нього в майбутньому, у тому числі подій, пов'язаних із коливанням цін на окремі товари та послуги. Якщо ці уявлення співпадають у більшості наявних економічних суб'єктів на території визначеної держави, то мова йде про інфляційні очікування на макроекономічному рівні.

Інфляційні очікування не є пасивним елементом економічної системи, навпаки, вони визначаються як процес реагування економічних суб'єктів на інформацію щодо загальної зміни цін, яка, в свою чергу, базується на минулому досвіді та (або) на припущеннях і прогнозах про майбутній період [1]. Цей процес також частково визначає фактичний рівень інфляції, адже очікувана інфляція заздалегідь закладається у собівартість товарів та послуг і у величину податків, що призводить до загального підвищення цін. Ось чому аналіз інфляційних очікувань досить актуальний на сучасному етапі та вимагає глибокого вивчення.

Перші спроби розробки загального принципу формування суб'єктивних прогнозів теорії адаптивних очікувань вживав американський економіст Ф. Кейтан. На початку 1960-х р. американський економіст Дж. Мут ввів поняття "раціональних очікувань" як очікувань, що формуються з урахуванням усієї існуючої інформації на певний момент щодо сучасного стану та перспектив господарства. При цьому він припускав, що індивіди володіють всією доступною для них інформацією та використовують її у своїх економічних моделях. Це допущення використовував також і Р. Лукас при формуванні своєї теорії раціональних очікувань (Нобелівська премія, 1995 р.) [2]. Теорію Р. Лукаса використали в подальшому у своїх дослідженнях Нобелівські лауреати 2004 р. Ф. Кюнланд та Е. Прескотт [3].

Метою цієї статті є дослідження проблеми збору інформації про інфляційні очікування в Україні та розробка пропозиції щодо впровадження системи телефонних опитувань членів домогосподарств щодо їх інфляційних очікувань для покращення механізму прогнозування.

Як відомо, члени суспільства найчастіше не мають прямого доступу до офіційної інформації та керуються повідомленнями ЗМІ, які здебільшого подають не "чисті" факти, а їх інтерпретацію, розповсюджуючи таким чином кліше та стереотипи та сприяючи односторонньому тлумаченню статистичних даних [4]. Відбувається викривлення існуючої інформації, яке спричинює появу невіправданих очікувань та уявлень у суспільстві. Це суперечить можливості побудови нового інформаційного суспільства, яке, за визначенням Всесвітньої зустрічі на найвищому рівні щодо питань інформаційного суспільства від грудня 2003 р., ґрунтується на плюралізмі, незалежності та різноманітності ЗМІ як основної складової суспільства майбутнього [5].

Соціолог Е. Тоффлер, навпаки, вважає, що через свою неспроможність надавати якісну інформацію ЗМІ не зможуть домінувати та стануть демасифіковані в інформаційному суспільстві [6]. Так чи інакше, в майбутньому очікується не тільки підвищення якості тих ЗМІ, що здатні будуть функціонувати в нових умовах, але їх перехід на вищий рівень, що дасть змогу населенню отримувати прозору інформацію, не забарвлену точками зору тих, хто її підносить.

Незважаючи на те, що Закон України "Про інформацію" гарантує права громадськості на доступ до статистичних, архівних, бібліотечних та інших даних [7], наразі та інформація, яку отримує населення, часто не відповідає дійсності, тож може нести вкрай негативні наслідки для одного регіону чи держави в цілому. З іншого боку, цей же Закон не допускає втручання у надавану інформацію і будь-який контроль за її змістом. Такий парадокс є дійсно важливою проблемою не тільки для України, але на сучасному етапі для всіх країн світу.

Окрім цього існує питання щодо визначення того рівня інфляційних очікувань в країні, що вже склався. Так, у США цією проблемою вже понад 40 років займається Мічиганський університет, який щомісяця проводить опитування громадян по телефону за допомогою анкети, яка містить приблизно 50 питань, при цьому вибірка складає не менше 500 осіб. Цікаво, що у 1978 р. відхилення очікувань респондентів від фактичного показника інфляції за рік коливалось у межах 31 – 102 %, а в 2011 р. – 14 – 21 % [8], що свідчить не тільки про вдосконалення

системи опитування впродовж десятиліть, але й про покращення інформованості населення завдяки еволюції ЗМІ та появі Інтернету. Найдавніше щоквартальне опитування у США проводиться з 1968 р. Федеральним резервним банком Філадельфії, в якому приймають участь "професійні аналітики", тобто керівники тих організацій, які працюють більше, ніж в одному штаті [9].

У передмові до розробленої Мічиганським університетом у 2006 р. пілотної системи опитувань для визначення інфляційних очікувань у Болгарії йшлося про важко передбачувану мінливість економічних показників у країнах із трансформаційною економікою та неможливість робити висновки, спираючись тільки на звичайні методи прогнозування, такі, як крива Філіпса. Крім того, зазначалося, що теоретичні методи не забезпечують надійної інформації для іноземних інвесторів, які можуть бути зацікавлені у певному регіоні. Тобто саме у відсутності ефективної системи прогнозування очікувань населення щодо варіації основних макроекономічних показників вбачалося надходження порівняно низьких прямих інвестицій у країни Східної Європи [10].

В Україні з 2006 р. щоквартально проводяться опитування підприємств працівниками територіальних управлінь НБУ та за результатами видається аналітичний звіт "Ділові очікування підприємств України". Так, в опитуванні першого кварталу 2013 р. взяли участь 1 261 підприємство різних форм власності, видів діяльності, розмірів та кількостей працівників [11]. Але слід зазначити, що порівняно з іншими розвинутими країнами, в Україні обмаль досвіду роботи з інфляційними очікуваннями як в плані збору інформації, так і в плані її відповідного використання.

Для покращення системи реалізації соціальних досліджень в Україні щодо інфляційних очікувань на основі досвіду зарубіжних країн вважаю доцільним: 1) розширити аудиторію респондентів, тобто проводити опитування не тільки серед керівників підприємств, а й серед домогосподарств. Для цього пропонується використовувати телефонний метод опитування, як найбільш швидкий та економічний; 2) зміну частоти опитувань з одного разу на квартал до одного разу на місяць з відповідною модифікацією існуючої анкети; 3) розробку програмного забезпечення для отримання можливості подальшого проведення опитувань через Інтернет.

Щодо реалізації першої пропозиції, то опитування можливо тільки тих респондентів, у яких є телефон. За даними статистики, стаціонарними апаратами забезпечена лише 21 особа зі 100, а забезпеченість сімей – 54 зі 100 [12]. Кількість же мобільних телефонів на кінець 2010 р. становила 119 телефонів на 100 жителів [13]. Таким чином, в Україні доцільно проводити опитування, в першу чергу, власників мобільних телефонів.

Відомо, що телефонне опитування повинно тривати недовго, щоб не обтяжувати респондентів, тож анкета для опитування членів домогосподарств щодо інфляційних очікувань в Україні має включати до 30 питань так, щоб розмова тривала до 7 хвилин. Автор пропонує включити до такої анкети деякі відкриті питання, сформульовані на основі відповідної анкети Мічиганського університету [14] та наближені до українських реалій: 1. Як, на Вашу думку, рік тому Ви та Ваша сім'я були краще або гірше фінансово забезпечені? 2. Як, на Вашу думку, у наступному році Ви та Ваша сім'я будете краще або гірше фінансово забезпечені? 3. Як Ви вважаєте, протягом наступного року ціни в країні підвищаться, знизяться чи залишаться на тому ж рівні? 4. Як Ви вважаєте, зміниться протягом наступного року ставка за кредитами? 5. Як, з Вашої точки зору, зміняться фінансові надходження до Вашої родини протягом наступного року? 6. Яка вірогідність того, що Ви або ваші родичі протягом наступного року будете отримувати заробітну платню нижчу за ту, що отримуєте зараз? 7. Взагалі, як Ви вважаєте, чи зараз доцільно було купити, наприклад, квартиру? 8. А як Ви вважаєте, чи доцільно було б зараз продати квартиру?

Окрім наведених питань, анкета повинна містити питання "паспортички" (тобто питання щодо віку, статі, професії респондента тощо) та закриті питання, на котрі можна вибрати лише одну правильну відповідь із наведених.

Проведення опитувань серед домогосподарств можуть дати досить корисну інформацію щодо інфляційних очікувань в країні. Важливо додати, що телефонне опитування завжди було достатньо швидким способом збору інформації, а також досить дешевим порівняно з іншими (економія на папері, на штаті працівників, на організації опитування по всіх регіонах країни).

Отже, підсумовуючи вищевикладене, необхідно наголосити, що інфляційні очікування грають важливу роль у формуванні фактичної економічної ситуації в тій чи іншій країні. Населення свідомо або несвідомо формує їх, базуючись на особистих припущеннях та інформації, наданої ЗМІ, при цьому вони не можуть прямо регулюватися з боку держави. Однак існують можливості виявлення вже сформованих інфляційних очікувань населення шляхом проведення опитування членів домогосподарств, керівників підприємств та економічних експертів. Прогнозування, зроблені на основі інфляційних очікувань, не тільки зручне для визначення основних напрямів політики будь-якої держави та забезпечення більш повної інформації щодо інвестиційного клімату, але воно також слугує одним із кроків для переходу до інформаційного суспільства, що є дуже важливим для України на сучасному етапі її розвитку.

*Наук. керівн. Крюкова О. М.*

**Література:** 1. Семененко Т. Інфляційні очікування: дослідження сутності проблеми / Т. Семененко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2010. – № 28. – С. 280–288. 2. Тітова Н. Є. Історія економічних вчень : курс лекцій [Електронний ресурс] / Н. Є. Тітова. – Режим доступу : <http://www.bib.liotekar.ru>. 3. Kydland F. Time to Build and Aggregate Fluctuations / E. Kydland, E. Prescott // *Econometrica*. – 1982. – November. – Vol. 50. – P. 1345–1370. 4. Ровинская Т. Методы воздействия СМИ на общественное сознание / Т. Ровинская // МЭ и МО. – 2008. – № 6. – С. 100–103. 5. Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. Декларация принципов. Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/russian/conferen/wsiv/dec.pdf>. 6. Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер ; пер. с англ. – М. : ООО "Издательство АСТ", 2001. – 560 с. 7. Про інформацію : Закон України №2657-ХІІ від 02.10.1992 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. 8. Surveys of consumers Thomson Reuters University of Michigan [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.sca.isr.umich.edu/main.php>. 9. Federal Reserve Bank of Philadelphia [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.phil.frb.org/index.cfm>. 10. Assessing market expectations on exchange rates and inflation: a pilot forecasting system for Bulgaria [Electronic resource]. – Access mode : <http://wdi.umich.edu/files/publications/workingpapers/wp759.pdf>. 11. Ділові очікування підприємств України. – 2013. – № 29. – С. 2–3. 12. Саенко В. Д. Состояние и перспективы развития рынка сотовой связи в Украине [Электронный ресурс] / В. Д. Саенко. – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua/publ2002/fem/saenco.pdf>. 13. Национальный статистический комитет Беларуси. Транспорт и связь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/statistics\\_for\\_schoolers/12.pdf](http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/statistics_for_schoolers/12.pdf). 14. The University of Michigan. Questionnaire [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.sca.isr.umich.edu/documents.php?c=i>.