

Т.О.Семененко, канд. екон. наук, доц.,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

ІНФЛЯЦІЙНІ ОЧІКУВАННЯ: ІСТОРІЯ ПИТАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ СЬОГОДЕННЯ

Питання вибору між повною зайнятістю, стабільними цінами та швидким економічним зростанням завжди посідатимуть центральне місце при формуванні економічної політики і при визначенні напрямків варіювання її інструментами. Аналіз економічних моделей, позицій економістів різних течій свідчить, що економічні агенти найчастіше очікують від економістів, від уряду точних прогнозів. Тому дослідження проблеми інфляційних очікувань в історичному аспекті, визначення першопричин цього процесу та виявлення впливу інфляційних очікувань на дієвість інструментів монетарної політики є доволі актуальним на сьогодні.

Щодо теоретичного підґрунтя досліджуваної проблеми, то в економічній літературі широко поширено дві усталені теорії з цього питання: теорія адаптивних очікувань (*adaptive expectations*) і теорія раціональних очікувань (*rational expectations*). Першу запропонували економісти монетаристського напрямку; другу – прихильники неокласичного напрямку. Протиріччя двох підходів очевидне: у першому – має місце раціональність, але відсутня невизначеність; у другому – явний акцент на невизначеності, але ігнорується раціональність.

Зауважимо, що економісти-кейнсіанці не вводили очікування до своїх моделей, хоча у Дж. Кейнса актуальним є показник *очікуваної* граничної ефективності капіталу як критерій для підприємців у прийнятті рішення щодо інвестування. Знову таки, абсолютне значення цього критерію може бути в реальному вимірі більшим чи меншим залежить від показника поточної інфляції. Таким чином, можемо стверджувати, що і Кейнс не

ігнорує впливовості інфляційних очікувань, хоча робить це опосередковано через зазначений показник.

Акцент на провідній ролі інфляційних очікувань у функціонуванні економіки робить і наш сучасник Едмунд Фелпс - лауреат Нобелівської премії 2006 року з економіки за дослідження взаємозв'язку між інфляцією і безробіттям. За Фелпсом також важливою є не поточна інфляція, а інфляційні очікування, які можуть привести до ситуації, коли стагнація супроводжується інфляцією і високим рівнем безробіття, як це відбувалося в Європі і США на початку 80-х років. Учений дійшов висновку, що контролюючи саме інфляційні очікування можна контролювати і безробіття. Тобто, економіка може функціонувати з нижчим рівнем безробіття, ніж у випадках, коли економічна політика визначається лише з урахуванням поточної інфляції. Такий погляд на проблему призвів до того, що багато центральних банків почали прагнути якомога раніше реагувати на інфляційні очікування.

Так або інакше основою формування інфляційних очікувань є інформаційне підґрунтя щодо загрози неминучого зростання цін і, як уже з'ясували, інформація ця може бути минулою, поточною або прогнозованою (майбутньою). Заходи уряду щодо протидії інфляції, як правило, зациклюються на обмеженні споживчого попиту. Але як довільний утиск, цей також викликає агресивну протидію, коли грошовий ресурс населення достатній, щоб зробити атаку на ціни через перетворення заощаджень у поточні витрати, що дає поштовх до прояву, так званої психоінфляції, за В. Лисицьким, існування якої, власне, підтверджує істинність теорії адаптивних інфляційних очікувань. За оцінками НБУ 55 % інфляції нині формують саме фактори очікування, адже в Україні кілька років вирувала гіперінфляція, економічні агенти її пам'ятають і цей психологічний чинник підживлюється новими імпульсами з 2004 року постійно й настирливо. На нашу думку найбільш визначальною поведінку реального сектора щодо інфляційних очікувань є інформація про коливання (стрибки) курсу національної валюти. І це зрозуміло. Адже індивідуальне формування

впевненості в завтрашньому дні базується на захисті доходів через накопичення заощаджень.

Виявляється, що сила впливу ЗМІ на індивідуальну і суспільну свідомість та поведінку визначається сполученням таких чинників сприйняття інформації з боку аудиторії (економічних агентів), як увага до інформації, довіра до її джерела, коректність її інтерпретації, і її подальше обговорення. Емпіричні дані по США свідчать про те, що найбільший суспільний інтерес викликають «кризові» теми – війни, расові конфлікти, політичні скандали, наркотики, бідність, *інфляція*, безробіття, злочини. Існує декілька різних теорій, що пояснюють мотиви сприйняття людьми інформації зі ЗМІ. Наприклад, теорія «винагороди» і теорія «вибіркової схильності». Перша теорія стверджує, що людина приділить увагу тільки тій інформації, яка буде винагородою її власному інтересу, причому це може проявитися, серед іншого, у вигляді прийнятого рішення щодо власної економічної поведінки. Друга теорія свідчить, що люди відмежовуються від інформації, яка протирічить їхнім установкам, порушує спокій. Тобто, обидві теорії виходять з того, що людина сама визначає для себе, так званий, «розпорядок дня». Але альтернативна теорія «розпорядку дня» стверджує, що в демократичному суспільстві значна частка людей живе в практично єдиному соціальному середовищі, єдиному інформаційному просторі, а значить має загальний підхід до сприйняття інформації. Таким чином, ЗМІ можуть створювати загальний для всіх розпорядок дня, визначати рейтинги, визначати тенденції зміни загального рівня цін, а отже і стимулювати зміну співвідношення споживчих витрат і заощаджень в наявному доході в початково прогнозованому напрямку, а, отже, стимулювати інфляційні очікування, розгойдуючи інфляцію, в кінчному підсумку, чи навпаки протидіяти їй.