

Տեղեկատվության դերը գնաճային սպասումների և ընկալումների ձևավորման գործում

2025-10-15

Հայաստանի Հանրապետության կենտրոնական բանկ

Տեղեկատվության դերը գնաճային սպասումների և ընկալումների ձևավորման
գործում

Աշխատանքային փաստաթուղթ ԱՓ-2025-02

Անահիտ Մատինյան, Արտաշ Թիլեճեան, Գևորգ Մինասյան, Ալեքսանդր Շիրիսանյան

Համառոտագիր

Վերջին տարիներին կենտրոնական բանկերը հաճախ որդեգրում են հաղորդակցման տարբեր մոտեցումներ՝ գնաճային սպասումները կայունացնելու նպատակով, սակայն զարգացող տնտեսությունների վերաբերյալ այս թեմայով հետազոտությունները սահմանափակ են: Այս հետազոտական աշխատանքը ներկայացնում է Հայաստանում իրականացված էքսպերիմենտի արդյունքները, որի ընթացքում իրականացվել է տեղեկատվական երեք միջամտություն՝ մասնակիցներին տրամադրվել է փաստացի գնաճի ցուցանիշի, ԿԲ-ի գնաճի թիրախի կամ համատեքստից դուրս թվային տեղեկատվություն: Արդյունքները ցույց են տալիս, որ փաստացի գնաճի մասին տեղեկատվությունը բարելավում է թե՛ գնաճային ընկալումները, թե՛ սպասումները՝ մոտեցնելով դրանք իրական գնաճին, մինչդեռ ԿԲ-ի թիրախի հիշատակումն ազդում է հիմնականում ընկալումների վրա: Ավելին, համատեքստից դուրս թվային ազդակը որևէ հետևանք չի ունենում, ինչը ցույց է տալիս տեղեկատվության համատեքստի և բովանդակության կարևորությունը:

Համեմատելով արդյունքները Հայաստանի տնտեսության համար բարձր գնաճային շրջանում (2023 թ.) իրականացված նմանատիպ հարցումների հետ՝ պարզ է դառնում, որ ԿԲ-ի թիրախի հաղորդակցումը հատկապես արդյունավետ է բարձր գնաճային միջավայրում: Ընդհանուր առմամբ, հետազոտության արդյունքները նոր ապացույցներ են ներկայացնում կենտրոնական բանկերի հաղորդակցման արդյունավետության վերաբերյալ՝ ընդգծելով տեղեկատվության համատեքստի և գործող գնաճային միջավայրի դերը: Աշխատանքը միաժամանակ ցույց է տալիս, որ զարգացող տնտեսությունների համատեքստում սպառողների անձնական գնաճային փորձառությունները էական ազդեցություն են ունենում նրանց գնաճային

ընկալումների և սպասումների վրա:

[The role of information in shaping inflation expectations and perceptions](#)