



ҚАЗАҚСТАН ҰЛТТЫҚ БАНКІ

Қаржылық сауаттылық және үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері

Департамент – Зерттеулер және талдама орталығы

**№2022-7 Экономикалық зерттеу
Жұмыс мақаласы**

Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің (бұдан әрі – ҚРҰБ) экономикалық зерттеулері мен талдамалық жазбалары ҚРҰБ зерттеулерінің, сондай-ақ ҚРҰБ қызметкерлерінің басқа да ғылыми-зерттеу жұмыстарының нәтижелерін таратуға арналған. Экономикалық зерттеулер пікірталастарды ынталандыру үшін таратылады.

ҚРҰБ қызметкерлерінің жұмыс мақалалары жарияланған күнгі жағдай бойынша аяқталмаған зерттеулерді көрсетеді және талқылауға, түсіндірмелер мен ескертулер алуға арналған. Оларды орналастырар алдында олар ҚРҰБ-да тексеруден немесе рецензиялаудан өтпейді. Мақалада келтірілген пікірлер мен пайымдаулар авторлардың пікірлерін білдіреді және ҚРҰБ-ның, оның басшылығының немесе Ақша-кредит саясаты комитеті мүшелерінің көзқарасын көрсететін ретінде қабылданбауы тиіс.

Қаржылық сауаттылық және үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері

2022 жылғы шілде

NBRK – WP – 2022 – 7

ISSN: 2789-150X

Қаржылық сауаттылық және үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері

Саида Ағамбаева

Наталья Конурбаева

Аннотация

Әдебиеттегі инфляциялық күтулерді зерделеу тәжірибесі әртүрлі агенттерде олардың қалыптасу гетерогенділігін көрсетеді. Бұл жұмыста біз осы әртектіліктің үй шаруашылықтарының қаржылық сауаттылық деңгейіндегі айырмашылықтармен байланысты ма жоқ па екенін зерттейміз. Қазақстандық үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері бойынша пікіртерімнің шағын деректерін пайдалана отырып, біз «қаржылық сауаттылық» индикаторын құрдық. Алынған нәтижелерге сәйкес, бұл индикатор инфляциялық күтулер деңгейін түсіндіруге көмектеседі: қаржылық сауаттылық деңгейі неғұрлым жоғары респонденттердің инфляциялық күтулері әдетте төмен және барынша нақты болады.

Негізгі сөздер: инфляциялық күтулер, қаржылық сауаттылық, үй шаруашылықтарының пікіртерімі

JEL-codes: E31, E42, E58, D84, E71

Мазмұны

Кіріспе	5
1. Әдебиетке шолу	6
2. Әдіснама	8
2.1. Қаржылық сауаттылық индикаторы	8
2.2. Деректер.....	10
2.3. Эмпирикалық бағалау	13
2.4. Нәтижелер.....	14
3. Қорытынды және тұжырымдар	18
Әдебиет тізімі.....	21
Қосымша	23

Кіріспе

Күнделікті өмірде үй шаруашылықтары әр түрлі, оның ішінде болашақ инфляцияны бағалауды қажет ететін жинақ ақшаға, инвестициялауға, қарыз алуға, тұтынуға қатысты қаржылық шешімдер қабылдайды, өйткені олардың салдары болашаққа ықпалын тигізеді және нәтижесінде үй шаруашылықтарының қаржылық әл-ауқатына әсер етеді. Тұлғалардың инфляцияға қатысты күтулері нақты инфляцияға және бүкіл экономика ауқымында басқа да нәтижелерге әсер етуі мүмкін (Katona, 1975). Көбінесе үй шаруашылықтарының пікіртерімдерінде медиандық жауаптар кәсіби және модельдерге негізделген инфляция болжамдарынан асып түседі (Ang, Bekaert, and Wei, 2007). Әртүрлі экономикалық агенттердің инфляциялық күтулердің қалыптасу гетерогендігі факторлары мен табиғатын түсінуі орталық банктерге болашақ инфляцияның және басқа да макроэкономикалық айнымалылардың динамикасын жақсы болжауға, инфляцияның өсуін және оның нысаналы мәннен ауытқуын болдырмау үшін ақша-кредит саясатының қажетті шараларын уақтылы қабылдауға және өзінің коммуникациялық саясатын үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерінің дәлдігін арттыруға бағыттауға мүмкіндік береді.

Қолда бар зерттеулердің көпшілігі әртүрлі елдердегі үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерінің қалыптасуында әлеуметтік-демографиялық факторлар (жасы, табыс деңгейі, жынысы, отбасылық жағдайы және т.б.) маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Сонымен қатар, жекелеген зерттеулердің авторлары әлеуметтік-демографиялық сипаттамалардан басқа, халықтың экономикалық немесе қаржылық сауаттылығы сияқты фактордың үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерінің қалыптасуына әсерін де бағалайды.

Зерттеулердің осы бағытының маңыздылығы АҚШ Федералдық резервін, Англия Банкін және Еуропа Орталық Банкін қоса алғанда, көптеген орталық банктердің өз білім беру кампанияларын әзірлеу мен іске асыруға уақыт пен ресурстарды инвестициялауды жалғастыруымен расталады. Қаржылық сауатты халық елдегі макроэкономикалық жағдайдың факторларын жақсы түсінеді, ақша-кредит саясатының шараларына жауап ретінде ұтымды күтулерді қалыптастырады, нәтижесінде орталық банктің тиімділігі артады деп саналады.

Осы мақалада Қазақстан Республикасындағы үй шаруашылықтарының қаржылық сауаттылығы олардың инфляциялық күтулерді қалыптастыру процесіне қалай әсер ететіні зерттеледі.

1. Әдебиетке шолу

Үй шаруашылықтары сауаттылығының инфляциялық күтулерді қалыптастыруға әсері саласындағы жұмыстарды сауаттылықтың қандай көрсеткіші зерттелетініне (қаржылық сауаттылық, инфляциялық сауаттылық, макроэкономикалық сауаттылық), талдау қандай деректерде орындалатынына (үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері бойынша тұрақты пікіртерімдердің нақты деректері не эксперименттік жолмен алынған деректер), қандай қосымша әлеуметтік-демографиялық факторлар пайдаланылатынына байланысты бірнеше топқа бөлуге болады.

Burke және Manz (2014) американдық студенттер мен ересектердің пікіртерімдері негізінде модельденген экономикалық ортада үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерін қалыптастыруда жеке айырмашылықтарды, оның ішінде экономикалық сауаттылық деңгейін анықтау бойынша зерттеу жүргізді. Бұл ретте, авторлар инфляциялық процестер болжамдарының дәлдігіне әсер етудің мынадай екі арнасын қарастырды: ақпаратты таңдау және осы ақпаратты пайдалану. Олар экономикалық сауаттылығы анағұрлым жоғары жеке тұлғалар релевантты ақпаратты жақсы таңдап қана қоймай, сондай-ақ инфляциялық болжамдарын жаңарту үшін оны дұрыс пайдаланады деген қорытындыға келді. Сонымен қатар авторлар экономикалық сауатты тұлғалардың демографиялық сипаттамаларының инфляциялық күтулердегі айырмашылықтарды түсіндіруде маңызы аз екенін анықтады. Авторлар егер үй шаруашылықтары инфляция тұжырымдамасын түсінсе және қандай ақпарат ең өзекті екенін білсе, үй шаруашылықтарының инфляцияны болжау дәлдігі арта түсетінін анықтады. Зерттеу эксперименті көрсеткендей, орташа тұтынушының экономикалық сауаттылық деңгейі төмен, тіпті қолдан жасалған экономикалық ортада үй шаруашылықтары ақпаратты таңдап, өңдей алмайды және нәтижесінде инфляцияны дәл болжай алмайды.

Rumler және Valderrama (2020) екі мың австриялық үй шаруашылығының «инфляциялық» сауаттылығының инфляциялық күтулер бойынша Австрия Ұлттық Банкінің тұрақты пікіртерім деректері негізінде олардың инфляциялық күтулерді қалыптастыруына әсерін зерделеді. Зерттеу нәтижелері «инфляциялық» сауаттылығы жоғары, яғни инфляция, оның факторлары мен динамикасы, ақша-кредит саясатының мақсаттары туралы білетін адамдардың, әдетте, қысқа мерзімді, сол сияқты ұзақ мерзімді кезеңдерде анағұрлым төмен және анағұрлым шынайы инфляциялық күтулері болатынын көрсетті. Сонымен қатар авторлар инфляциялық сауаттылығы жоғары адамдардың инфляциялық сауаттылығы төмен адамдарға қарағанда өзінің инфляциялық күтулеріне сенімділігі аз екендігі туралы қызықты нәтижеге келді. Авторлар бұл нәтижені зерттеу әдебиетінде құжатталған және

сауаттылық деңгейі төмен топтарға тән болған өз пайымының дәлдігін бағалауда «өзіне сенімділік әсері» деп түсіндіреді. Rumler мен Valderrama пікірінше, зерттеудің негізгі нәтижесі – инфляциялық сауаттылық ex post бағалайтын инфляциялық күтулердің дәлдігін айтарлықтай арттырады: адамдардың инфляциялық сауаттылығының деңгейі жоғары болған сайын олардың инфляциялық күтулеріндегі абсолюттік қателер азаяды.

Bruin and others (2010) демографиялық сипаттамаларына байланысты АҚШ-тағы үй шаруашылықтарының түрлі инфляциялық күтулерін қалыптастырудың мынадай үш ықтимал түсіндірмесін анықтады: (1) үй шаруашылықтарының назарын шығыстарға және ерекше бағаларға аудару; (2) үй шаруашылықтарының қаржылық жоспарлау кезеңі; (3) қаржылық сауаттылық деңгейі. Авторлар неғұрлым жоғары инфляциялық күтулерді өздерінің шығыстары мен ерекше бағаларға көп назар аударатын, қаржылық сауаттылықтың деңгейі төмен және қысқа мерзімді кезеңге жоспарлайтын жеке тұлғалар қалыптастырады деген қорытындыға келді. Сонымен қатар олар инфляциялық күтулерді қалыптастыру кезінде түсіндірме айнымалы ретінде қаржылық сауаттылықты қосу жыныс, білім мен табыс сияқты демографиялық факторлардың маңыздылығын төмендететінін анықтады.

Gnan and others (2011) еуро аймағындағы үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері бойынша пікіртерімдердің деректері негізінде жалпы еуроаймақ бойынша және еуро аймағына қатысушы елдер бойынша жеке-жеке тұтынушылардың инфляциялық күтулерінің гетерогенділігін түсіндіруде мынадай себептерге қарай қаржылық сауаттылықтың маңызды рөлі туралы қорытындыға келді. Біріншіден, демографиялық топтардың арасындағы айырмашылықтардың құрылымы елдер арасындағы айырмашылықтарға қарағанда орнықты және жүйелі болып шықты. Екіншіден, әр ел бойынша жеке-жеке талдау кезінде авторлар инфляциялық күтудегі елдер арасындағы ең маңызды айырмашылықтар респонденттердің білімі мен табысының деңгейіне байланысты екенін, ал гендерлік фактор мен жас маңызды емес екенін анықтады.

Mirdamadi and Peterson (2018) экспериментке қатысушылардың макроэкономикалық сауаттылығының эксперименталды экономикадағы күтулерді қалыптастыруға әсерін зерттеледі. Авторлар экономикада деректерді құру процесі туралы (ақпараттың жоқтығы, сапалық ақпарат және сандық ақпарат), сондай-ақ орталық банктің мақсаттары туралы қатысушыларға ұсынылатын ақпаратты жүйелі түрде өзгертіп отырды. Нәтижелер қатысушылардың макроэкономикалық айнымалылар туралы сандық ақпараттың болуы ұтымды күтулерді қалыптастыру үшін артықшылықтар беретінін көрсетті. Қатысушыларының экономика құрылымы туралы бастапқы ақпараты жоқ ортамен салыстырғанда сандық ақпараттың болуы инфляция болжамының қателерін жүйелі түрде төмендетеді.

Қатысушыларда сапалы ақпараттың болуы, керісінше, күтулердің қалыптасуына айтарлықтай әсер етпейді. Орталық банктің нысаналы көрсеткіштері туралы ақпарат беру инфляция болжамы қателерінің және инфляцияға қатысты келіспеушіліктердің санын ұлғайтады.

Conrad, Anderson and Glass (2020) неміс үй шаруашылықтарының пікіртерімі негізінде үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерін қалыптастырудағы ақпараттық арналар мен өмірлік тәжірибенің рөлін зерттеді. Авторлар үй шаруашылықтары ақша-кредит саясаты туралы ақпарат алу үшін пайдаланатын ақпараттық арналардың түрлері олардың әлеуметтік-экономикалық сипаттамаларымен тығыз байланысты деген қорытындыға келді. Өз кезегінде ақпараттық арналар қабылданған өткен және күтілетін болашақ инфляция деңгейіне, сондай-ақ оның белгісіздігіне ықпал етеді. Инфляция мен жұмыссыздықтың күтілетін болашақ өзгерісіне өмірлік тәжірибе қатты әсер етеді. Пайыздық мөлшерлеменің өзгеруіне инфляцияның күтілетін реакциясы да тәжірибемен айқындалады. Авторлар алынған нәтижелерді үй шаруашылықтарының инфляция туралы деректерді бұқаралық ақпарат құралдарынан алатындығымен түсіндіреді, бірақ олардың «экономикалық моделі» өмірлік тәжірибе негізінде қалыптасады.

2. Әдіснама

2.1. Қаржылық сауаттылық индикаторы

Осы зерттеудің мақсаттары үшін қаржылық сауаттылық «негізделген қаржылық шешімдер қабылдау үшін және түптеп келгенде, жеке қаржылық игілікке қол жеткізу үшін қажетті хабардар болудың, білімнің, дағдылардың, қарым-қатынас пен әрекеттің үйлесімі» ретінде айқындалған (Atkinson and Messy, 2011). Осы анықтамадан келіп шығатыны: қаржылық сауаттылық – бұл жай білімнен артық; онда әрекеттің, дағдылардың және шешім қабылдаудың, яғни нақты өмірлік процестерде білім мен дағдыларды қолданудың маңыздылығы атап көрсетіледі және нәтижесі қаржылық әл-ауқаттың жақсаруы болуға тиіс екендігі көрсетіледі.

Қаржылық сауаттылықты өлшеу үшін әртүрлі зерттеулердің авторлары пайдаланатын әдістер қабылданған тұжырымдамалық анықтамаларға байланысты айтарлықтай ерекшеленеді. Негізінен, қаржылық сауаттылық индикаторы бірнеше қаржылық сұрақтарға берілген жауаптарға сүйене отырып айқындалады не борышты, сақтандыруды, шығыстарды, бюджетті жасауды, инфляцияны, инвестициялар мен жинақтарды, зейнетақы жинақтарын қоса алғанда, қаржылық тақырыптардың кең ауқымын қамтиды. Әрине, қаржылық сауаттылық көрсеткіштерінің кез келген жиынтығы адамдардың қаржылық шешім қабылдаудың уақыт аралық модельдерінде әрекетті оңтайландыру үшін нені білуі керек екенін ғана көрсете алады.

(Huston, 2009). Қаржылық сауаттылық деңгейін бағалау үшін пайдаланылатын сұрақтар саны да әр түрлі: 3 тармақтан 45 тармаққа дейін болады. Қаржылық сауаттылықты өлшеу үшін зерттеулерде тесттер (әдетте бірнеше нұсқа жауаптары бар пікіртерімдер), сол сияқты ашық сұрақтар да пайдаланылады.

Үй шаруашылықтарының: (1) пайыздық мөлшерлемелерге байланысты арифметикалық әрекеттерді есептей білу және жүргізу; (2) инфляцияны түсіну; (3) тәуекелдерді әртараптандыруды түсіну сияқты үш іргелі тұжырымдама инвестициялауға не жинақтауға қатысты шешімдер қабылдауына негізделеді және тиісінше олардың қаржылық сауаттылығының деңгейі туралы айғақтауы мүмкін.

Lusardi and Mitchell (2011) бұл тұжырымдамаларды респонденттердің арнайы әзірленген мынадай сұрақтарға жауаптарын бағалау арқылы қаржылық сауаттылықтың өлшенетін көрсеткішіне айналдыру тәсілін ұсынды:

- Айталық, сіз жылына 2% пайыздық мөлшерлемен жинақ шотына 100 АҚШ долларын салдыңыз. Сіз 5 жылдан кейін шотта қанша ақша болады ойлайсыз? Жауаптардың нұсқалары: **102 АҚШ долларынан астам**; тура 102 АҚШ доллары; 102 АҚШ долларынан кем; білмеймін; жауаптан бас тарту.

- Сіздің жинақ шотыңыздағы пайыздық мөлшерлеме жылына 1%-ды құрады, ал инфляция бір жылда 2%-ды құрады делік. Бір жылдан кейін осы шоттағы ақшаға Сіз: бүгінгіден артық; бүгінгідей; **бүгінгіден аз** сатып аласыз; білмеймін; жауаптан бас тарту.

- Сіз қалай ойлайсыз, мынадай пікір рас па, әлде өтірік пе? «Бір компанияның акцияларын сатып алу әдетте инвестициялық пай қорын сатып алудан гөрі қауіпсіз кірісті қамтамасыз етеді». Жауаптардың нұсқалары: рас, өтірік, білмеймін, жауаптан бас тарту.

Бірінші сұрақ пайыздық мөлшерлемен байланысты арифметикалық әрекеттерді есептеу және жүргізу қабілетін өлшейді. Екінші мәселе респонденттің қарапайым қаржылық шешімдер қабылдау мәнмәтінінде «инфляция» ұғымы туралы қаншалықты хабардар екенін айқындайды. Үшінші сұрақ «акция», «инвестициялық пай қоры» ұғымдарын білуге және тәуекелдерді әртараптандыруға тестілейді.

Осы үш мәселе халықтың қаржылық сауаттылығы тақырыбына арналған көптеген зерттеулерде пайдаланылды. Мысалы, аталған үш сұрақ 2004 жылы АҚШ-та тұратын 50 жастан асқан респонденттерді репрезентативті іріктеу үшін сауалнамаға енгізілді (Lusardi and Mitchell, 2014). Алынған нәтижелер осы жас тобындағы АҚШ халқының қаржылық сауатсыз болып табылатынын көрсетті: респонденттердің жартысы ғана бірінші және екінші сұрақтарға жауап бере алды және респонденттердің үштен бірі ғана барлық үш сұраққа дұрыс жауап берді, бұл жерде респонденттердің жасын ескере отырып, неғұрлым оптимистік нәтижелер күтілген еді, өйткені, олардың өмірлік

тәжірибесі бар, олар әртүрлі қаржылық шешімдер қабылдаған, жоғары инфляцияның 2-3 кезеңін бастарынан өткерген және бірнеше экономикалық күтілмеген өзгерістердің немесе қор нарығындағы күтілмеген өзгерістердің куәсі болған.

Lusardi and Mitchell (2014) 12 түрлі елде (АҚШ, Германия, Нидерланд, Жапония, Австралия, Ресей, Румыния, Австралия, Италия, Швеция, Франция, Швейцария) жүргізілген және осы үш мәселені қамтитын сауалнама нәтижелері бойынша шолу жасап, мынадай негізгі қорытындыларды алды. Біріншіден, АҚШ-қа тән қаржылық сауаттылықтың төмен деңгейі нақты елге немесе экономикалық даму кезеңіне емес, басқа елдерге де тән. Екіншіден, респонденттердің қаржылық білімі елдің тарихи тәжірибесіне байланысты. Мысалы, Германия мен Нидерландыдағы респонденттер инфляция туралы сұрақтың жауабын жақсы біледі, ал бұл сұраққа Жапонияда дефляция кезеңі ұзақ ел болғанымен дұрыс жауап берген респонденттер саны әлдеқайда аз болды, ал экономикасы жоспарланатын елдерде (Румыния, Ресей) респонденттер осы мәселе бойынша білімнің ең төмен деңгейін көрсетті. Үшіншіден, тәуекелдерді әртараптандыру тұжырымдамасын түсінуді айқындайтын сұрақ респонденттер үшін қойылған сұрақтардың ішіндегі ең қиыны болып шықты. Мысалы, АҚШ-тағы, Германиядағы, Нидерландыдағы респонденттердің үштен біріне жуығы, Швециядағы респонденттердің 18%-ы және Швейцариядағы респонденттердің 13%-ы бұл сұрақтың жауабын білмейтінін айтты.

2.2. Деректер

Зерттеуде Қазақстан Республикасындағы үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерін бағалау бойынша ай сайынғы сауалнамалардан алынған деректер пайдаланылды. Мұндай сауалнамаларды 2016 жылдан бастап FusionLab компаниясы Қазақстан Ұлттық Банкінің тапсырысы бойынша телефон арқылы сұхбат жүргізу әдісімен жүргізеді және ол еліміздің барлық облыс орталықтарынан, сондай-ақ Алматы, Нұр-Сұлтан және Семей қалаларынан 18 жастан асқан 1500 респонденттен іріктемені қамтиды. Іріктеме Қазақстан Республикасының ресми статистикасына сәйкес бөлінген және оның параметрлері сұралғандардың жынысын, жасын, әлеуметтік және материалдық жағдайын ескереді, сондай-ақ алынған жауаптардың бағабарлығын тексеруді қамтиды.

Ай сайынғы сауалнама қабылданатын инфляция, күтілетін инфляция, тұтынушылық және жинақтау тәртібі, материалдық жағдай, елдегі сезілетін және күтілетін макроэкономикалық жағдай туралы 26 сұрақтан тұрады.

Зерттеуде респонденттердің инфляциялық күтулерін бағалау үшін мынадай сұрақтарға жауаптар пайдаланылды:

(1) Қалай ойлайсыз, тұтастай алғанда келесі 12 айда азық-түлікке, азық-түлікке жатпайтын тауарлардың және көрсетілетін қызметтердің бағасы қалай өзгереді?

- қазіргіден жылдам өсетін болады;
- қазіргіден баяу өсетін болады;
- қазіргідей өсетін болады;
- қазіргі деңгейде /өзгеріссіз қалады;
- төмендейді.

(2) Сіздің ойыңызша, келесі 12 айда азық-түлікке, азық-түлікке жатпайтын тауарларға және көрсетілетін қызметтерге бағалар нақты қанша өседі?

- 1-5%-ға өседі;
- 6-10%-ға өседі;
- 11-15%-ға өседі;
- 16-20%-ға өседі;
- 20%-дан артық өседі.

Сонымен қатар, тоқсанына бір рет сауалнамаға 6 сұрақ енгізіледі, олардың жауаптары респонденттердің қаржылық сауаттылығын анықтауға мүмкіндік береді:

(1) Сізге мұрагерлік бойынша 1 миллион теңге берілетінін елестетіп көріңізші, бірақ бұл ақшаны бір жылдан кейін ғана алуға болады. Бір жылдан кейін сіз осы ақшаға қанша тауар сатып ала аласыз? Бүгінгіден көп па? Аз ба? Әлде тура сонша ма? Бұл неге байланысты

(2) Сіз жылына 2% пайыздық мөлшерлемемен жинақ шотына 100 мың теңге салдыңыз деп ойлайық. Сіз бұдан әрі ешқандай толықтырулар немесе шешіп алу жасаған жоқсыз. Бірінші жылдың соңында шотта қанша ақша болады? Респондентке соманы өзіне атау ұсынылады.

(3) Бес жылдан кейін шотта қанша ақша болады? Респондентке мынадай жауап нұсқалары ұсынылады:

- тура 110 мың теңге;
- 110 мың теңгеден астам;
- 110 мың теңгеден кем;
- ақпарат жеткіліксіз.

(4) Сіз «Кірістілігі жоғары инвестициялардың әдетте тәуекелі неғұрлым жоғары» деген пікірді дұрыс немесе жалған деп есептейсіз бе?

(5) Сіз «Егер Сізге көп ақша табу мүмкіндігі ұсынылса, онда сіздің көп ақшаны жоғалтуыңыздың ықтималдығы жоғары» деген пікірді дұрыс немесе жалған деп есептейсіз бе?

(6) Сіз «Егер ақшаны бірнеше банктерде сақтаса, онда барлық ақшаны жоғалту мүмкіндігі төмендейді» деген пікірді дұрыс немесе жалған деп есептейсіз бе?

Тиісінше, үй шаруашылықтарының Қазақстанда инфляциялық күтулерді қалыптастыруға дұрыс қаржылық шешімдер қабылдау қабілеттілігін бағалау үшін және «қаржылық сауаттылық индикаторын» құру үшін авторлар респонденттердің Қазақстан Республикасындағы үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерін бағалау бойынша сауалнамалардан алынған жауаптарын пайдаланды.

Авторлар есептеген қаржылық сауаттылық индикаторы 0-ден 6-ға (ең жоғары) дейінгі ауқымдағы жиынтық ауыспалы балл түріндегі қаржылық сауаттылық бойынша алты сұрақтың деректеріне респонденттердің жауаптарынан алынған ақпаратты қорытады.

Индикаторға енгізілген бірінші құрауыш бірінші сұрақтың жауабына, яғни алынған мұраның 1 жылдан кейін 1 миллион теңгеге сатып алу қабілетіне жатады. 1 мәні сатып алу қабілеті инфляцияға байланысты болады деп жауап берген жағдайда, 0 мәні - керісінше жағдайда беріледі.

Индикаторға енгізілген екінші құрауыш екінші сұраққа сұрақтың жауабына, яғни бастапқы салым 100 мың теңге және жылдық пайыздық мөлшерлеме 2% болған кезде бір жылдан кейін жинақ шотындағы сомасына жатады. 1 мәні дұрыс жауап берген жағдайда (102 000 теңге), 0 мәні - керісінше жағдайда беріледі.

Индикатордың үшінші құрауышы тиісінше үшінші сұраққа – 5 жылдан кейін осы жинақ шотындағы сома туралы жауапты көрсетеді: дұрыс жауап берілгенде 1 мәні (110 мыңнан астам), керісінше жағдайда - 0 мәні беріледі.

Индикатордың төртінші құрауышы төртінші сұраққа берілген жауаптардан қалыптастырылған, егер респондент «Кірістілігі жоғары инвестициялардың әдетте тәуекелділігі неғұрлым жоғары» деген пікірді дұрыс деп атаған жағдайда 1 мәні, керісінше жағдайда 0 мәні берілген.

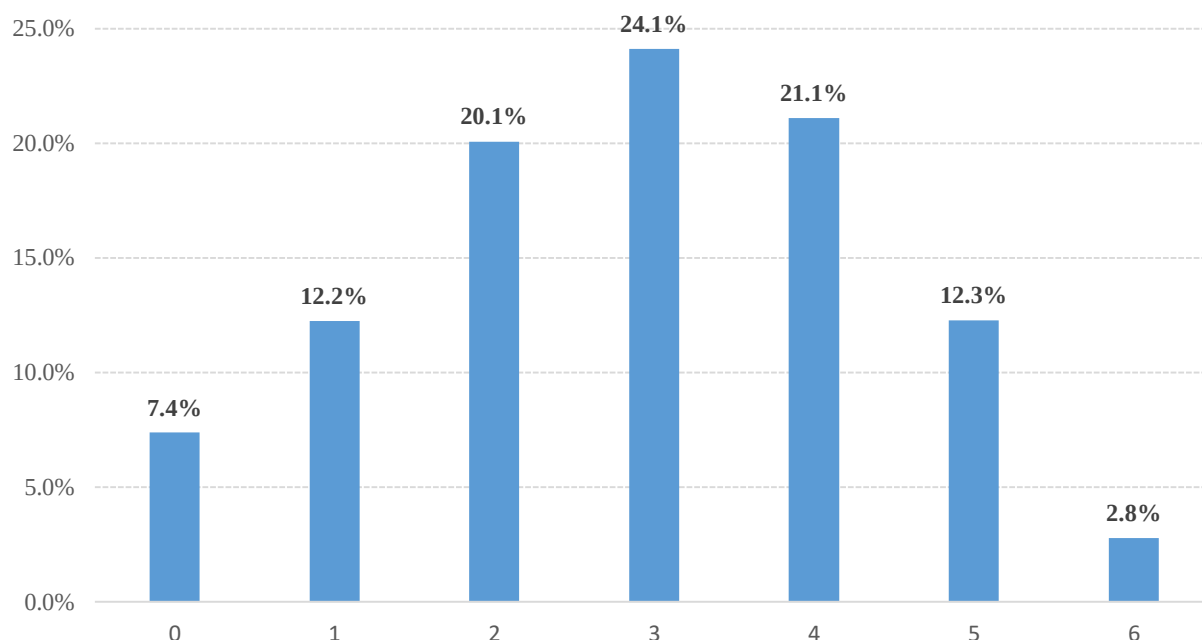
Бесінші сұраққа берілген жауаптардың ішінен индикатордың бесінші құрауышы алынған: Егерде «Егер Сізге көп ақша табу мүмкіндігі ұсынылса, онда сіздің көп ақшаны жоғалтуыңыздың ықтималдығы жоғары» деген пікірді респондент дұрыс десе 1 мәні, керісінше жағдайда 0 мәні берілген.

Алтыншы құрауышы алтыншы сұраққа берілген жауаптардан алынды: «Егер ақшаны бірнеше банктерде сақтаса, онда барлық ақшаны жоғалту мүмкіндігі төмендейді» пікірді респондент дұрыс десе 1 мәні, керісінше жағдайда 0 мәні берілген.

Қаржылық сауаттылықтың жиынтық индикаторы алты құрауыш деректері бойынша мәндерді қосу нәтижесінде алынды және 0-ден 6-ға дейінгі аумақтағы айнымалыны білдіреді. Жоғары мәндер (5-6) респонденттердің қаржылық шешімдер қабылдау кезінде назарға алынуы тиіс факторларға қатысты салыстырмалы түрде жақсы хабардар екендігін көрсетеді. 1-графикте респонденттер бойынша қаржылық сауаттылық индикаторын бөлу ұсынылған. Индикатордың орташа мәні 2,9 (медиананы – 3,0) және стандартты

ауытқу – 1,4 құрады. Бұл мәндер мен бөлу сауалнамаға қатысушы респонденттердің қаржылық сауаттылығы деңгейін көрсетеді, себебі барлық респонденттердің шамамен 15%-ы 5 немесе 6 сұраққа дұрыс жауап берді.

1-сурет. Қаржылық сауаттылық индикаторын бөлу



2.3. Эмпирикалық бағалау

Біздің эмпирикалық бағалауымызда «инфляциялық сауаттылықтың» жеке тұлғалардың инфляциялық күтулерінің деңгейіне әсерін зерттеу бойынша жұмыста Rumler және Valderrama (2020) ұсынған әдіснама пайдаланылды. Осыған ұқсас регрессияға қосымша бақылаудағы айнымалылар түрінде респонденттердің демографиялық және әлеуметтік-экономикалық сипаттамалары енгізілді.

Мынадай регрессиялар бағаланды:

$$\ln f \exp_i = \alpha + \beta_1 \ln lit_i + \beta_2 \text{education}_i + \beta_3 \text{income}_i + \beta_4 \text{age}_i + \beta_5 \text{age}_i^2 + \beta_6 \text{gender}_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$\exp \text{error}_i = \alpha + \beta_1 \ln lit_i + \beta_2 \text{education}_i + \beta_3 \text{income}_i + \beta_4 \text{age}_i + \beta_5 \text{age}_i^2 + \beta_6 \text{gender}_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

мұнда

$\ln f \exp_i$ – респондент i көрсеткен 12 айдан кейін күтілетін (аралықта көрсетілген) инфляция;

$fin\ lit_i$ – респондент i қаржылық сауаттылық индикаторының деңгейі (0-ден 6-ға дейінгі балл бойынша);

$education_i$ – респондент I көрсеткен алған білімінің ең жоғары деңгейі (4-санаттағы);

$income_i$ – респондент i кірісі (6-санаттағы);

age_i және age_i^2 – респондента i^1 жасы;

$gender_i$ – мәнді қабылдайтын жалған айнымалылар егер респондент ер азамат болса = 1 болады және егер респондент әйел болса, = 0 болады; $exp\ error_i$ – респондент күтетін инфляция мен 12 айдан кейін инфляцияның нақты қалыптасқан деңгейі арасындағы абсолюттік стандартты ауытқу.

1-қосымшада А1-А6 кестелерінде тәуелді және тәуелсіз айнымалылар бойынша статистика берілген.

Регрессиядағы тәуелді айнымалылар (1) – респонденттер 12 айдан кейін күтетін инфляция – аралықтар түрінде берілген, мұнда аралықтардың төменгі және жоғарғы шегі ашық (0%-дан төмен және 20%-дан жоғары) болып табылады. Мұндай жағдайларда, әдетте Тобиттің толықтырылған моделі (немесе аралық модель деп аталады) сияқты бағалау әдісі қолданылады, ол цензуранан алынған аралық деректермен жұмыс істеуге мүмкіндік береді және параметрлерді ең жоғары шындыққа сәйкестік арқылы бағалайды (Maddala, 1983).

Регрессиядағы тәуелді айнымалы (2) - респондент күтетін инфляция мен 12 айдан кейін инфляцияның нақты қалыптасқан деңгейі арасындағы абсолютті стандартты ауытқу – квазиүздіксіз айнымалы болып табылады және сондықтан ең аз шаршы метр әдісі (OLS) арқылы бағалануы мүмкін.

2.4. Нәтижелері

Регрессия нәтижелері (1) 1-кестеде берілген. Негізгі тұжырым қаржылық сауаттылықтың салыстырмалы түрде анағұрлым жоғары индикаторы бар респонденттердің инфляциялық күтулері салыстырмалы түрде төмен болуына байланысты жасалады. Қаржылық сауаттылық индикаторы - 0,07 болған кездегі коэффициент қаржылық сауаттылық индикаторы орташа деңгейден (3,1) 1 балға жоғары болған респонденттердің 12 айдан кейін инфляцияны инфляциялық күтулердің орташа деңгейінен (11,0%) 7 базистік тармаққа төмен күтетінін білдіреді.

Әлеуметтік-демографиялық сипаттамаларға келетін болсақ, алынған нәтижелерге сәйкес, неғұрлым жас респонденттермен салыстырғанда анағұрлым ересек респонденттердің барынша жоғары инфляциялық күтулері

¹ Айнымалы age^2 енгізілді, себеі көптеген зерттеушілер респонденттер жасының инфляциялық күтулерге желілік емес әсерін анықтады.

бар, бірақ оның әсері жас өскен сайын азаяды, себебі жас шамасының инфляциялық күтулерге тұрақсыз әсері бар. Осыған ұқсас нәтиже Rumler and Valderrama (2017, 2020), Blacheflower and Mac Calle (2009) еңбектерінен алынды.

Кірістің инфляциялық күтулерге ықпалы статистикалық маңызды және теріс қалыптасты. Әдетте, кірісі әртүрлі деңгейдегі топтар арасында инфляциялық күтулердің гетерогендігі осы үй шаруашылықтары топтарында тұтыну себетінің әртүрлі жиынтығымен түсіндіріледі. Мысалы, салыстырмалы түрде неғұрлым жоғары инфляциялық күтулер азық-түлік тауарларының жеке тұтыну себеттерінде басым болуына байланысты кіріс деңгейі төмен үй шаруашылықтарында қалыптасады және оларға баға өзгеруінің әсері білінеді. Бұл тұжырымдар *dummy* айнымалылар негізінде құрылған модельдермен расталды, онда кірістің әрбір деңгейі 0 және 1 айнымалысы түрінде берілді, бірақ осы айнымалылар кезіндегі коэффициенттердің маңыздылығы төмен болды. Осыған байланысты модельдер мақалада айтылмайды.

1-кесте

Аралық регрессия (аралық саны – 5)

Тәуелді айнымалы: 12 айдан кейін күтілетін инфляция

Түсіндіруші айнымалы:

Financial literacy (0-6)	-0.0703** (0.0292)
Education (4 топ):	0.1057** (0.0491)
Income (6 топ)	-0.0467* (0.0264)
Age	0.0817*** (0.0153)
Age²	-0.0008*** (0.0002)
Gender	-0.1967** (0.0798)
Constant	1.4444*** (0.3173)

*Ескертпе: *** p -value < 0.01, ** p -value < 0.05, * p -value < 0.1; дөңгелек жақшада стандартты қате Бақылау саны: 926*

Дереккөзі: инфляциялық күтулер бойынша үй шаруашылықтарының сауалнама деректері, авторлардың есептері

Талдау нәтижелері де респондент-ерлердің инфляциялық күтулері респондент-әйелдерге қарағанда статистикалық тұрғыдан анағұрлым төмен екенін көрсетті. Осындай нәтижелер әртүрлі елдердің үй шаруашылықтары сауалнамаларының деректері бойынша басқа да зерттеулерден (Braun and Venkatu, 2001, Rumler and Valderrama, 2017, 2020) алынды, бұл ретте, бұл гендерлік айырмашылық инфляциялық күтулер үшін ғана емес, әсер ететін немесе қабылданатын ағымдағы инфляция үшін де байқалды. Мұндай айырмашылыққа жиі келтірілетін түсініктемелер мыналарға байланысты

(1) дәстүрлі түрде әйелдер азық-түлік (басқа тауарларға қарағанда бағасы көп өседі) сатып алуға көп жауапкершілік алады, сондықтан әйелдер қабылданатын инфляция бойынша да, күтілетін инфляция бойынша да неғұрлым жоғары мәндерді көрсетеді; және (2) әйелдер сатып алудың пропорционалды емес үлкен үлесі үшін жауапты болады және соған сәйкес бағаның қалыптасуын бағалау үшін жақсы жағдай жасайды.

Басқа көптеген тиісті зерттеулердің нәтижелеріне қарағанда, біз білім деңгейі анағұрлым жоғары топтар үшін неғұрлым төмен емес, неғұрлым жоғары инфляциялық күтулерді анықтадық. Сонымен қатар жекелеген жұмыстарда (Rumler and Velderrama, 2020) алынған білімнің инфляциялық күтулерге әсері күтілетін белгімен болды, бірақ статистикалық тұрғыдан маңызсыз болды. Біз орта білім беру үшін айнымалы барынша маңызды болатын білім беру типі бойынша *dummu*-айнымалыларды пайдалана отырып талдау жүргіздік, алайда регрессиядағы басқа айнымалылар өте аз қалыптасты.

Бізде негізгі түсіндіруші айнымалымен білім беру деңгейінің қаржылық сауаттылық индикаторымен өзара байланысына қатысты сұрақтар туындады, бұл регрессиялардағы мультиколлинеарлық проблеманы тудыруы мүмкін. Алайда, A4 және A5 кестелерінде көрсетілгендей, біздің деректерімізде қаржылық сауаттылық пен білім беру деңгейінің өзара байланысы шамалы, олардың өзара байланыс коэффициенті 0,19 көрсетіп отыр. Қаржылық сауаттылық пен кіріс деңгейі де 0,21 коэффициентімен өзара нашар байланысады.

Респонденттердің қаржылық сауаттылығының олардың инфляция бойынша болжамдарының «нақтылығына» әсеріне келетін болсақ, (2) біздің регрессияның нәтижелері (2-кесте) статистикалық тұрғыдан мәні бар тәуелділікті көрсетті. Rumler and Velderrama (2020), Burke and Manz (2014) жұмыстарында алынған нәтижелерге ұқсас қаржылық сауатты респонденттердің инфляцияға қатысты болжамдары барынша нақты болады. 0,003 коэффициенті қаржылық сауаттылық индикаторы орташа көрсеткіштен 1 тармаққа жоғары жеке тұлғалардың инфляция бойынша орташа алғанда 0,3 базистік тармаққа барынша «нақты» күтулерінің болатынын білдіреді.

Burke M. and Manz M. (2014) эксперимент негізінде үй шаруашылықтарының қаржылық немесе экономикалық сауаттылығы екі түрлі арна бойынша күтілетін болжамдардың дәлдігін арттыруға ықпал етеді деген қорытындыға келді: (1) эксперименттің қаржылық сауаттылығы анағұрлым төмен қатысушыларына қарағанда эксперименттің қаржылық сауаттылығы анағұрлым жоғары қатысушылары көбінесе ұсынылған дереккөздерінің арасында болашақтағы инфляцияның сенімді предикторы ретінде «жақын арадағы инфляцияны» таңдады.

Инфляциялық күтулер деңгейімен регрессия нәтижелеріне ұқсас, жеке кіріс деңгейі респонденттердің инфляциялық күтулерінің «қатесімен» оң байланысады, бұл біздің жоғарыдағы тұжырымдарымызбен келісіледі. Айнымалы жас шамасы мен *dummy* айнымалы жыныс шамасы кезіндегі коэффициенттер оң және статистикалық тұрғыдан маңызды болып шықты. Респондент-әйелдерге қарағанда респондент-ерлерде инфляциялық күтулер мен 12 айдан кейін нақты қалыптасқан инфляция арасындағы айырмашылық аз болды. Ересек респонденттерге қарағанда жас респонденттердің күтулері барынша нақты нәтижелерді көрсетті, бірақ нәтижелері жас өскен сайын азаяды. Сонымен қатар, регрессиядағы (1) сияқты, білім берудің айнымалы мәні кезіндегі коэффициент статистикалық тұрғыдан маңызды және оң қалыптасты.

Регрессиядағы барлық коэффициенттердің (1) және (2) бірдей белгіге ие болуы біздің деректерімізде инфляциялық күтулердің өсу үрдісі бар екендігін көрсетеді, себебі салыстырмалы түрде жоғары инфляциялық күтулері бар респонденттер, сонымен бірге күтулері нақты инфляциядан ең көп ауытқитын респонденттер болып табылады.

2-кесте

Ең кіші шаршы әдісі

Тәуелді айнымалы: күтілетін инфляция мен 12 айдан кейін инфляцияның нақты қалыптасқан деңгейі арасындағы абсолюттік стандарттық ауытқу

Түсінік беруші айнымалылар:

Financial literacy (0-6)	-0.003*** (0.0011)
Education (4 топ)	0.0035* (0.0019)
Income (6 топ)	-0.002* (0.001)
Age	0.003*** (0.0006)
Age²	-3.00E-05*** (0.0000)
Gender	-0.0068** (0.003)
Constant	0.0153 (0.0122)

*Ескерту: *** p-value < 0.01, ** p-value < 0.05, * p-value < 0.1; дөңгелек жақшада стандартты қате*
Дереккөзі: инфляциялық күтулер бойынша үй шаруашылықтарының сауалнама деректері, авторлардың есептеулері

Біз сондай-ақ инфляциялық күтулер бойынша толықтырылған деректердегі регрессияларды бағаладық. Мәселен, респондент «баға қазіргі деңгейде не өзгеріссіз қалады» деген жауап берген жағдайда деректер инфляциялық күтулер бойынша нөл мәнімен және «бағалар төмендейді» деген жауап кезінде инфляциялық күтулер бойынша теріс мәнмен толықтырылды. Тәуелді айнымалының толықтырылған деректеріне негізделген нәтижелер

А6-кестеде көрсетілген. Айнымалыларды түсіндіру кезіндегі белгілер базалық регрессияларға өте ұқсас болып шықты, ал жекелеген регрессияларда қаржылық сауаттылық индикаторы өзінің маңыздылығын жоғалтты.

Сонымен қатар, есептеулер инфляциялық күтулер бойынша үй шаруашылықтарының сауалнамаларының жеті түрлі толқынының деректері үшін жүргізілгенін айта кету керек. Қаржылық сауаттылық пен инфляциялық күтулер арасындағы тәуелділік теріс емес, оң болған 2020 жылғы ақпанда жүргізілетін сауалнама толқынын қоспағанда, регрессиялардың нәтижелері базалық регрессиялардың (1) және (2) нәтижелеріне ұқсас болды. Мұндай нәтижені әлемдік экономикадағы жағдайдың күрт өзгеруімен (COVID-19 коронавирусының таралу географиясының кеңеюі) түсіндіруге болады, бұл сол кезеңде елдің экономикалық даму перспективаларының нашарлауына байланысты респонденттердің, әсіресе қаржылық жағынан неғұрлым хабардар болғандардың инфляциялық күтулерінің өсуіне әсер етті. Бұл Toussaint-Comeau and McGranahan (2006) тұжырымымен сәйкес келеді, адамдар жеке тәжірибенің де, жаңалықтардың да әсерімен өз күтулерін қалыптастырады. Жалпы, жаңалықтардың болмауы мен өткен жылдың жақсы өтуі респонденттерді әлдеқайда оптимист етеді, ал жаңалықтардың болмауы және нашар жыл респонденттерді пессимист етеді.

2. Қорытынды мен тұжырымдар

Инфляцияның ағымдағы және болжамды динамикасымен қатар үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулері орталық банк үшін маңызды көрсеткіштер болып табылады. Инфляциялық күтулерді қалыптастыру процесін және олардың гетерогенділігін түсіну орталық банктердің ағымдағы ақша-кредит саясатының барабарлығын, инфляциялық күтулердің «тұрақтануын» және инфляция жөніндегі мақсаттарды бағалау кезінде маңызы бар. Бұдан басқа, үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерін айқындайтын факторларды білу орталық банктерге өздерінің коммуникациялық саясатын үй шаруашылықтарының инфляциялық күтулерінің ұтымдылығын арттыруға бағыттауға көмектеседі.

Осы саладағы әртүрлі елдер бойынша қолда бар зерттеулер негізінен әлеуметтік-демографиялық факторлардың (жасы, табыс деңгейі, жынысы, отбасылық жағдайы және т.б.) инфляциялық күтулердің қалыптасуына әсерін бағалайды. Жекелеген жұмыстарда, осы факторлардан басқа, инфляциялық күтулер үшін үй шаруашылықтарының экономикалық және қаржылық сауаттылығының маңыздылығы талданады (мысалы, Rumler and Valderrama, 2020, Bruine de Bruin et al., 2010, Burke and Manz, 2014) және инфляциялық күтулер деңгейі үшін осы көрсеткіштің өзектілігі, олардың белгісіздігі мен дәлдігі микродеректер негізінде тексеріледі.

Біз бұл зерттеуде Қазақстандағы үй шаруашылықтарының пайыздық мөлшерлемелерге қатысты хабардар болуы, инфляция және тәуекелдерді әртараптандыру ұғымдары олар қалыптастыратын инфляциялық күтулер деңгейіне қалай әсер ететініне назар аудардық. Зерттеуде респонденттердің қаржылық сауаттылық деңгейін өлшеуге мүмкіндік беретін мәселелерді қамтитын Қазақстандағы инфляциялық күтулер бойынша үй шаруашылықтары сауалнамаларының микродеректері пайдаланылды. Біріктірілген индикатор негізінде біз респонденттердің қаржылық сауаттылығының инфляциялық күтулерінің дәлдігіне әсерін зерттедік.

Жалпы алғанда, орташа тұтынушының қаржылық сауаттылық деңгейі салыстырмалы түрде төмен екені анықталды. Регрессиялық талдау қаржылық сауаттылығы неғұрлым жоғары адамдардың, әдетте, 12 ай аралықта салыстырмалы түрде неғұрлым төмен және неғұрлым дәл инфляциялық күтулері болатынын көрсетті. Бұл Lusardi (2008), Bruine de Bruin et al. (2010) сияқты басқа елдер бойынша зерттеу қорытындыларына сәйкес келеді, ол қаржылық статистика мен ақпаратты өңдеу қабілеті төмен тұтынушылар инфляцияны асыра бағалайтындығын көрсетті, өйткені олар қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді бағаның үрдісі туралы аз біледі.

Зерттеудің басқа қорытындысы қаржылық сауаттылық *ex post* бағалайтын инфляциялық күтулердің дәлдігін арттырады: қаржылық сауаттылықтың салыстырмалы жоғары деңгейі бар үй шаруашылықтарының инфляциялық процестердің дамуына қатысты анағұрлым шынайы болжамдары бар және олардың күтулерінің нақты мәндерден ауытқуы төмен.

Осылайша, азаматтардың қаржылық сауаттылығы экономикада объективті инфляциялық күтулерді қалыптастыруда маңызды рөл атқарады, бұл орталық банктің рөлін жұртшылыққа түсіндіру арқылы халықтың қаржылық сауаттылығын арттыру және инфляциялық күтулерді басқару үшін іс-шаралар жүргізу қажеттігін баса көрсетеді. Атап айтқанда, жұртшылыққа инфляцияның қозғаушы күштері мен динамикасы туралы көбірек ақпарат беру, сондай-ақ орталық банктің не әсер етуі мүмкін екенін, ал неге әсер етпейтінін түсіндіру қажет. Жекелеген зерттеулердің нәтижелеріне сәйкес (Binder C., 2017), үй шаруашылықтары орталық банктің хабарламаларына шектеулі түрде бейімделеді, бұл олардың ұтымды назар аудармауы және қаржылық сауаттылық деңгейімен түсіндіріледі, сондықтан инфляцияның нақты нысаналы көрсеткішін жариялау олардың күтулерін бекітуге жақсы көмектеседі.

Үй шаруашылықтарының қаржылық сауаттылығының төмендігін ескере отырып, Ұлттық Банк кейбір орталық банктер сияқты өзінің коммуникациялық саясатын неғұрлым кең аудиторияға, оның ішінде қаржылық сауаттылығы төмен топтарға бейімдеген жөн, өйткені бұл топтардың өздерінің инфляциялық күтулерінің дәлдігін арттыруға әлеуеті

жоғары. Тиісті аудиторияны қамту және тұтынушылардың экономикалық және қаржылық сауаттылығын нақты арттыру үшін мынадай нақты өлшемшарттарды сақтау қажет (Fluch, 2007). Орталық банк басшылығының қолдауы мен белсенді қатысуы негізгі фактор болып табылады (Hogarth, 2007). Екінші фактор – орталық банктердің адал, сенімді және бейтарап кәсіпқойлардың беделіне ие тәуелсіз және объективті институттар ретіндегі артықшылығын пайдалану. Табыстың үшінші өлшемшарты пайдаланушы үшін материалдардың қолайлылығы мен түсініктілігі болып табылады – материалдар қарапайым және түсінікті тілмен жазылуы, оқып білу үшін елеулі уақыт ресурстарын алмауы тиіс. Табыстың тағы бір факторы айқындылық пен тартымды дизайн болып табылады (Ganley, 2006; Minehan, 2006). Кейбір орталық банктер өз хабарларын белгілі бір аудиторияға жеткізу үшін тіпті комикстер мен карикатураларды пайдаланады немесе өз материалдарын немесе білім беру өнімдерін әзірлеу кезінде маркетинг, білім беру және жұртшылықпен байланыс жөніндегі сарапшылармен белсенді ынтымақтасады. Ең соңында, ең жақсы тәжірибені анықтау үшін зерттеулерді ынталандыру және орталық банк қызметкерлерін оқыту орталық банктің экономикалық және қаржылық сауаттылықты арттырудағы жетістігінде өте маңызды рөл атқарады.

Бостон Федералды резервтік банкінің (Minehan, 2006) өкілі атап өткендей, орталық банктердің экономикалық және қаржылық сауаттылықты арттыру жөніндегі іс-шараларды өткізуі «саналы жеке қызығушылық нысаны болып табылады». Gnan et al. (2007) орталық банктердің үй шаруашылықтарының қаржылық білімін арттыруға деген қызығушылығының мынадай бес негізгі себебін атады: (1) ақша-кредит саясатының тиімділігін арттыру үшін, (2) қаржы нарықтарының үздіксіз жұмыс істеуін қамтамасыз ету үшін, (3) орнықты экономикалық саясатты қолдау үшін, (4) экономикалық және қаржылық сауаттылықты қоғамдық игілік ретінде ілгерілету және сол арқылы (5) өзінің беделін нығайту және олардың іс-әрекеттерін мойындауды көтермелеу үшін. Басқаша айтқанда, экономиканың қалай жұмыс істейтінін түсінетін және қаржылық тұрғыдан жетік білетін тұтынушылар нарықтың тиімділігін арттырады, өз кезегінде орнықты экономикалық өсу мен қаржылық тұрақтылық үшін жағдайлар жасайды.

Әдебиеттер тізімі

1. Ang, A., Bekaert, G. and Wei, M., 2007. "Do macro variables, asset markets, or surveys forecast inflation better?" *Journal of Monetary Economics*, Volume 54, Issue 4, May 2007, pages 1163-1212
2. Atkinson, Adele and Messy, Flore-Anne, 2011. "Assessing Financial Literacy in 12 Countries: An OECD Pilot Exercise," *Netspar Discussion Paper No. 01/2011-014*
3. Binder, C., 2017. "Economic policy uncertainty and household inflation uncertainty," *The B.E. Journal of Macroeconomics*, De Gruyter, vol. 17(2), pages 1-20, June
4. Blanchflower, D.G., Mac Coille, C., 2009. "The Formation of Inflation Expectations: an Empirical Analysis for the UK," *NBER Working Paper 15388*
5. Bruin de Bruine, W., Vanderklaauw, W., Downs, Julie S., Fischhoff, B., Topa, G. and Armantier, O., 2010. "Expectations of Inflation: The Role of Demographic Variables, Expectation Formation, and Financial Literacy," *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, No. 2, 2010 p. 381-402
6. Bryan, Michael F., and Guhan Venkatu, 2001. "The Curiously Different Inflation Perspectives of Men and Women," *Federal Reserve Bank of Cleveland, Economic Commentary*, 11.01.2001
7. Burke, Mary A. and Manz, Michael, 2014. "Economic Literacy and Inflation Expectations: Evidence from a Laboratory Experiment," *Journal of Money, Credit and Banking*, Blackwell Publishing, vol. 46(7), pages 1421-1456, October
8. Conrad, C., Enders Z., and Glas A., 2020. "The Role of Information and Experience for Households' Inflation Expectations," *CESifo Working Paper No. 8528*
9. Fluch, Manfred, 2007. "Selected Central Banks' Economic and Financial Literacy Programs," *Monetary Policy & the Economy*, Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank), issue 3, pages 80-104.
10. Ganley, J., 2006. "Economic Education at the National Level – Role of Bank of England," *Presentation at the Central Bankers and Economic Educators Conference of Narodowy Bank Polski*. September 28–29.
11. Gnan, E., Langthaler, J., Valderrama, M. T., 2011. "Heterogeneity in Euro Area Consumers' Inflation Expectations: Some Stylized Facts and Implications," *Monetary Policy & the Economy*, Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank), issue 2, pages 43-66.
12. Gnan, E., Silgoner, M.A. and Weber, B., 2007. *Economic and Financial Education: Concepts, Goals and Measurement*. In: *Monetary Policy & the Economy Q3/07*. Oesterreichische Nationalbank (Austrian Central Bank). Vienna.
13. Hogarth, J. M. 2007. *The Federal Reserve System's Role in Economic and Financial Literacy – Rationale, Activities, and Impact*. 35th Economics Conference of the Oesterreichische Nationalbank. May. Vienna
14. Huston, Sandra J., 2009. "Measuring Financial Literacy" (February 15, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1945216>
15. Katona, George. *Psychological economics*, Elsevier Scientific Publishing Company, New York (1975), p. 438

16. Lusardi, Annamaria, 2008. "Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs," NBER Working Papers 13824, National Bureau of Economic Research, Inc.
17. Lusardi, Annamaria and Mitchell, Olivia S., 2011. "Financial literacy and retirement planning in the United States," *Journal of Pension Economics and Finance*, Cambridge University Press, vol. 10(4), pages 509-525, October
18. Lusardi, Annamaria and Mitchell, Olivia S., 2014. "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence," *Journal of Economic Literature*, March 2014, Vol. 52, No. 1 (March 2014), pp. 5-44
19. Maddala, G.S., 1983. *Limited-Dependent and Qualitative Variables in Econometrics*. Cambridge University Press.
20. Minehan, C. E. 2006. "The Role of Central Banks in Economic and Personal Finance Education," Presentation at the Conference of Narodowy Bank Polski. September 28–29
21. Mirdamadi, Michael and Petersen, Luba, 2018. "Macroeconomic Literacy and Expectations (May 29, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3187131>
22. Rumler, Fabio and Valderrama, María Teresa, 2017. "Inflation literacy and Inflation Expectations," *Preliminary version* presented at the seminar organized by the National Bank of Ukraine
23. Rumler, Fabio & Valderrama, María Teresa, 2020. "Inflation literacy and inflation expectations: Evidence from Austrian household survey data," *Economic Modelling*, Elsevier, vol. 87(C), pages 8-23.
24. Toussaint-Comeau, Maude and McGranahan, Leslie, 2006. "Variations in Consumer Sentiment Across Demographic Groups," *Economic Perspectives*, 2006

1-кесте

*Тәуелді айнымалының сипаттамалық статистикасы:
12 айдан кейін күтілетін инфляция*

	Бірегей таңдау	Түрлендірілген іріктеу
NA	38.6%	32.4%
[0%, 5%)	5.9%	12.0%
[5%,10%)	19.0%	19.0%
[10%,15%)	13.2%	13.2%
[15%,20%)	13.7%	13.7%
>20%	9.6%	9.6%
орташа мән	11%	9.8%
стандартты ауытқу	5.97%	6.9%
барлығы	906	1507

*Тәуелді айнымалының сипаттамалық статистикасы: инфляциялық
күтулердің абсолюттік қатесі*

	Бірегей таңдау	Түрлендірілген іріктеу
орташа мән	0.0828	0.0687
стандартты ауытқу	0.05	0.051
барлығы	906	1056

2-кесте

*Тәуелді айнымалының сипаттамалық статистикасы:
Financial literacy (базалық іріктеу бойынша және барлық іріктеме бойынша)*

	% (базалық іріктеу бойынша)	жинақталған %	% (бүкіл іріктеу бойынша)
0	3.9%	3.9%	7.4%
1	9.4%	13.3%	12.2%
2	19.6%	32.9%	20.1%
3	26.6%	59.5%	24.1%
4	22.8%	82.3%	21.1%
5	15.1%	97.5%	12.3%
6	2.5%	100.0%	2.8%
орташа мән	3.1055		2.9
стандартты ауытқу	1.4048		1.2
барлығы	1507		
Education			
	%	жинақталған %	
Орташадан төмен	0.9%	0.9%	
Орташа	26.4%	27.3%	
Арнайы орташа	29.4%	56.7%	
Жоғары	43.0%	99.7%	
Жауаптан бас тарту	0.3%	100.0%	

2-кесте (жалғасы)

Income

	%	жинақталған %
40 000 теңгеге дейін	6.7%	6.7%
40 001 - 70 000 теңге	18.6%	25.3%
70 001 – 100 000 теңге	25.4%	50.7%
100 001 – 150 000 теңге	20.4%	71.1%
150 001 - 300 000 теңге	15.2%	86.3%
300 001 теңгеден аса	6.6%	92.8%
Жауап беруге қиналамын	7.2%	100.0%

Age

орташа мән	38.63
стандартты ауытқу	15.73
барлығы	1507

Gender

	%	жинақталған %
Ерлер	46.7%	46.7%
Әйелдер	53.3%	100.0%
барлығы	1507	

4-кесте

Түсіндіруші айнымалылар арасындағы корреляция коэффициенттері

	Financial literacy	Income	Education	Age	Age ²	Gender
Financial literacy	1					
Income	0.20	1				
Education	0.19	0.21	1			
Age	-0.10	-0.05	0.02	1		
Age ²	-0.11	-0.06	0.002	0.98	1	
Gender	0.06	0.08	-0.06	-0.05	-0.06	1

5-кесте

Variance Inflation Factors

	VIF
Financial literacy	1.052
Income	1.063
Education	1.085
Age	34.449
Age ²	34.490
Gender	1.023

6-кесте

Баламалы нұсқалары бар аралық регрессиялар

	базалық	(1)	(2)	(3)
	-0.0703** (0.0292)	-0.0703** (0.0294)	-0.0368 (0.0299)	-0.0077 (0.0308)
Financial literacy	0.1057** (0.0491)	0.1057** (0.0493)	0.1235 ** (0.0501)	0.1536*** (0.0518)
Education	-0.0467* (0.0264)	-0.0467* (0.0265)	-0.0351 (0.0269)	-0.0341 (0.0278)
Income	0.0817*** (0.0153)	0.0817*** (0.0154)	0.0711*** (0.0158)	0.0878*** (0.0163)
Age	-0.0008*** (0.0002)	-0.0008** (0.0002)	-0.0007*** (0.0002)	-0.0008*** (0.0002)
Age ²	-0.1967** (0.0798)	-0.1967** (0.0802)	-0.1647** (0.0817)	-0.1889** (0.0842)
Gender	1.4444*** (0.3173)	1.4444*** (0.3185)	1.2175*** (0.3244)	1.5740*** (0.3313)
Constant				
Бақылаулар саны	926	926	1018	1056

Ескертпе: * p-value<0.01, ** p-value<0.05, * p-value<0.1; дәңгелек жақшада стандартты қате**

Базалық – сол жақ ұшы қосылған инфляциялық күтулер бойынша 5 аралықпен аралық регрессия (0%-дан бастап 20%-дан жоғары, 5% қадам); (1) – ең кіші квадраттар әдісімен сызықтық регрессия; (2) – «баға қазіргі деңгейде\өзгеріссіз қалады» деген жауап берілген жағдайда нөлдік мәнмен түрлендірілген аралық регрессия, сол жақ ұшы қосылған инфляциялық күтулер бойынша 5 аралық саны (0%-дан бастап 20%-дан жоғары, 5% қадам); (3) – «баға қазіргі деңгейде\өзгеріссіз қалады» деген жауап берілген жағдайда нөлдік мәнмен түрлендірілген аралық регрессия, «баға төмендейтін болады» деген жауап болған жағдайда теріс мәндермен, сол жақ ұшы қосылған инфляциялық күтулер бойынша 6 аралықтар саны (теріс мәндерден бастап 20%-дан жоғары, 5% қадам)

Дереккөзі: инфляциялық күтулер бойынша үй шаруашылықтарының сауалнама деректері, авторлардың есептері

7-кесте

12 ай аралығында күтілетін инфляцияның орташа мәндерінің гетерогендігі

Әлеуметтік-демографиялық сипаттамалар жынысы	Бүкіл іріктеу	Қаржылық сауаттылық индикаторы						
		0	1	2	3	4	5	6
әйелдер	11,5%	15,8%	10,4%	11,5%	11,2%	10,9%	12,6%	12,3%
ерлер	10,6%	11,5%	10,3%	9,7%	10,1%	11,2%	11,4%	10,7%
білімі								
орташадан төмен	10,6%	-1,0%	18,0%	18,0%	18,0%	0,0%	13,0%	8,0%
орташа	9,6%	14,7%	7,8%	7,9%	9,3%	11,0%	11,0%	10,0%
арнаулы орта	11,1%	10,4%	10,1%	11,8%	11,6%	10,0%	11,9%	10,5%
жоғары	11,9%	19,2%	12,6%	12,0%	10,9%	11,9%	12,4%	11,2%
табыс деңгейі								
40 000 теңгеге дейін	10,6%	14,3%	11,7%	10,8%	7,9%	8,9%	15,0%	NA
40 001 - 70 000 теңге	11,4%	12,9%	9,5%	10,4%	12,1%	10,9%	13,2%	9,7%
70 001 - 100 000 теңге	11,6%	13,1%	9,0%	12,8%	10,6%	11,6%	12,6%	13,0%
100 001 - 150 000 теңге	11,2%	19,3%	11,7%	9,4%	11,7%	10,8%	12,1%	11,7%

150 001 - 300 000 теңге	10,5%	NA	10,7%	9,6%	9,4%	11,8%	10,9%	9,5%
300 001 теңгеден аса	10,6%	NA	12,3%	15,3%	10,3%	9,7%	9,3%	11,3%
жасы								
18-24	9,0%	0,7%	7,9%	9,0%	9,0%	9,4%	9,9%	7,4%
25-34	11,2%	17,8%	9,8%	11,4%	11,0%	10,3%	12,1%	10,8%
35-44	11,9%	8,5%	12,3%	11,3%	10,7%	13,1%	12,1%	12,4%
45-54	12,8%	17,3%	13,1%	10,0%	12,5%	13,2%	13,0%	13,0%
55-64	12,9%	8,0%	8,5%	14,0%	13,9%	12,4%	14,0%	11,7%
65 және одан үлкен	12,3%	11,8%	12,5%	13,5%	11,9%	10,9%	13,2%	8,0%