

## СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ЗАВИСИМОСТИ УРОВНЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ОТ ВЕЛИЧИНЫ ДОХОДОВ

На протяжении целого ряда лет (по исследованиям с 1995 г.) в нашей республике наблюдается неблагоприятная для успешного функционирования человека картина в структуре потребления: в основном семьи расходуют имеющиеся средства на продукты питания (в среднем 50 % расходов, а у некоторых категорий семей, таких как семьи пенсионеров, более 70 %) и на удовлетворение первичных потребностей в материальных благах. Такие статьи расходов, как культура, отдых, а также покупка недвижимости, присущи мизерной части населения и в усредненной структуре расходов занимают ничтожно малую долю.

Основываясь на значимости вышеизложенных фактов, целесообразно, на наш взгляд, провести анализ зависимости потребительского спроса населения от различных факторов. Произведенные на базе фактических данных выборочного обследования домохозяйств Гродненской и Минской областей в 1998 г. расчеты по методу дисперсионного анализа позволили утвердительно ответить на вопрос о существовании зависимости между расходами на определенные виды товаров (например, одежду) и влияющими на них факторами. Были проведены территориальные сравнения полученных результатов, сделана попытка объяснить выявленные отличия.

Результаты дисперсионного анализа показали, что место жительства обуславливает менее 1% вариации результативного признака по данным Гродненской области, 4 % — по Минской, т. е. этот фактор не является существенным, поскольку расходы на одежду присущи как сельскому, так и городскому населению.

Доход на человека обуславливает 22 % и 17 % общей вариации результативного признака (соответственно по двум облас-

тям — Гродненской и Минской), чем объясняется склонность покупать более дорогие вещи при большем достатке в семье.

Аналогичные исследования проведены при изучении зависимости между расходами на мясопродукты и теми же факторами-признаками (т.е. местом жительства и уровнем дохода на душу населения). В этом случае лишь 14 % вариации результативного признака обусловлено выделенными факторами. Остальные 86 % — неучтенные факторы, такие как, например, сложившаяся структура питания, неспособность некоторых групп населения позволить себе купить мясные продукты и т.п.

Дисперсионный анализ, однако, не дает полной картины, существующей между признаками зависимости, т. е. не позволяет судить о направлении и тесноте связи в ее количественном измерении. В этих целях рассчитываются коэффициенты сопряженности Пирсона, которые свидетельствуют о наличии средней тесноты связи между увеличением расходов на отдельные товары и ростом душевого дохода.

Одним из показателей связи выступает также коэффициент эластичности, на основании расчетов которого делаем вывод: с ростом дохода на душу населения расходы на одежду увеличиваются меньшими темпами.

Несмотря на вышеизложенные выводы по проведенным расчетам, следует все же учесть тот факт, что сформулированные обобщения справедливы только в определенных пределах по уровню дохода на душу населения. В семьях с очень высоким доходом потребительское поведение меняется, и на одежду расходуются крупные суммы денежных средств. Однако получить статистические данные по всем социально-экономическим характеристикам таких домашних хозяйств невозможно, поскольку, как правило, такие семьи в выборку не попадают, так как в методологии бюджетных обследований Министерства статистики оговорен добровольный характер участия. Как следствие, выборочные обследования домашних хозяйств предоставляют информацию именно в пределах, присущих основной части населения, давая несколько неадекватное отражение расслоения населения по уровню благосостояния.

Представляется интересным дальнейшее, более детальное и более широкое по кругу вопросов, изучение доходов и расходов домашних хозяйств Республики Беларусь.

*Д.Л. Калечиц  
Национальный банк  
Республики Беларусь*

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Прогнозирование денежного предложения представляет собой нахождение ожидаемого уровня агрегатов совокупной денежной массы на основе известных значений показателей, на изменение которых Национальный банк может влиять напрямую (денежная база, чистый внутренний кредит Национального банка и др).

Первоначальный рост денежной базы служит основой последующей денежной экспансии, проводимой банковской системой, т.е. последующего увеличения совокупной денежной массы.

Прогнозирование денежного предложения играет исключительно важную роль в разработке денежно-кредитной политики и в то же время является сложной экономико-математической задачей. Ниже представлены два способа решения данной проблемы и нахождения количественной оценки денежного предложения.

Первый способ основан на простой модели денежного мультипликатора. Уравнение для определения значения целевого показателя денежной массы имеет вид:

$$DM = m DB,$$

где  $m$  — поведенческая характеристика — мультипликатор, который представляет собой отношение целевого агрегата денежной массы к денежной базе.

В общем виде значение мультипликатора определяется по следующей формуле: