

Ryszard Kokoszczyński

Prowadzenie polityki pieniężnej w ramach strategii bezpośredniego celu inflacyjnego wymaga, jak już pisaliśmy w poprzednim miesiącu, szerokiego kontekstu analitycznego i modelowego. Znajomość i zrozumienie mechanizmu transmisji impulsów polityki pieniężnej są bez wątpienia najważniejszym jego elementem, stąd modele makroekonomiczne stanowią najważniejszą część warsztatu analitycznego nowoczesnego banku centralnego. Budowa i wykorzystywanie takich modeli wymagają, oczywiście, zarówno dogłębnej znajomości współczesnej makroekonomii, jak i gromadzenia oraz przetwarzania ogromnych ilości danych statystycznych opisujących w zagregowany sposób całą gospodarkę oraz jej najważniejsze elementy. Działania takie, prowadzone również na znaczną skalę w Narodowym Banku Polskim, nie wystarczają jednak dla zapewnienia odpowiedniej jakości i skuteczności polityki pieniężnej.



Ważnym elementem uzupełniającym je są informacje o zachowaniach i poglądach pojedynczych podmiotów gospodarczych: osób prywatnych i przedsiębiorstw. Ich istotnym źródłem są oczywiście częste spotkania członków Rady Polityki Pieniężnej i kierownictwa Narodowego Banku Polskiego z przedstawicielami przedsiębiorców, informacje pochodzące z mediów czy prowadzone przez rozmaite ośrodki badania opinii publicznej. Niezwykle ważną rolę w tej grupie informacji odgrywają jednak wyniki prac prowadzonych przez sam bank centralny lub też na jego zlecenie, a najistotniejsze są wśród nich wyniki dwóch projektów badawczych NBP.

Pierwszy z nich, rozpoczęty w 1999 r., to badanie oczekiwań inflacyjnych osób prywatnych. Ankietowanie osób składających się na losową próbę reprezentatywną dla populacji osób powyżej 15. roku życia prowadzi Ipsos-Demoskop. Przetwarzanie wyników tej ankiety, pozwalające na uzyskanie liczbowej charakterystyki inflacji, jakiej ankietowani oczekują za rok od momentu badania, dokonywane jest natomiast przez pracowników Biura Badań Makroekonomicznych NBP. W 2000 r. wyniki te zostały opublikowane po raz pierwszy, na łamach „Banku i Kredytu”, a od maja ubiegłego roku są co miesiąc udostępniane na stronie internetowej NBP (www.nbp.pl). Informacja na temat tych oczekiwań służy do jakościowej oceny wiarygodności polityki pieniężnej, jest też wykorzystywana w modelowym prognozowaniu inflacji.

Drugi ważny projekt to badania ankietowe przedsiębiorstw, prowadzone przez Narodowy Bank Polski regularnie od 1995 r. Zakres pytań zadawanych obecnie ponad 600 przedsiębiorstwom z różnych branż i różnych województw dotyczy ich oczekiwań i ocen, odnoszących się zarówno do podstawowych kategorii nominalnych (ceny, kursy walutowe, stopy procentowe), jak i najważniejszych parametrów realnych ich działalności (inwestycje, zatrudnienie, popyt na ich produkty etc.). Ankiety te przeprowadzane są kwartalnie dla węższego zakresu badania, ankietę roczną zaś dotyczy praktycznie całego obszaru działań przedsiębiorstwa. Wyniki tych ankiet, opracowywane szczegółowo przez Departament Statystyki NBP, są wykorzystywane i do ocen jakościowych sytuacji gospodarczej, i do bardziej sformalizowanych analiz i prognoz stanu koniunktury oraz jej związków z najważniejszymi parametrami polityki pieniężnej. Jest to możliwe dzięki temu, że próba badanych w ten sposób przedsiębiorstw jest reprezentatywna dla ich całej populacji. Od 1997 r. wyniki tych badań ankietowych są dostępne również na stronie internetowej NBP.

Jakościowe i sformalizowane metody wykorzystywania badań ankietowych są niezwykle cennym, wręcz koniecznym uzupełnieniem modeli makroekonomicznych w działalności analityczno-badawczej Narodowego Banku Polskiego.

Ryszard Kokoszczyński
Dyrektor Biura Badań Makroekonomicznych