

ВПЛИВ ЗМІ НА ЕКОНОМІЧНУ КРИЗУ В ЕПОХУ COVID-19

ЗМІ та соціальні медіа стали популярним відкритим та безкоштовним форумом для аналізу економіки та фінансів і, що є не менш важливим, медіа відображають позиції громадськості. *Чи існує зв'язок між соціальними медіа та економічною діяльністю?*

Ринкова економіка наразі залишається нестабільною через вплив соціально-економічних чинників та COVID-19. Фейкові та негативні новини кожного дня можуть призвести до глобальної економічної катастрофи. Спробуємо дослідити, чи є засоби масової інформації суттєвою детермінантою економічного падіння.

ЗМІ як нагнітаюча ситуація в економічній сфері. Повернемо погляд у недалеке минуле – 2008 рік. Фінансові ЗМІ на той час, не надсилаючи сигнали тривоги, які б могли полегшити ситуацію, заспокоювали низько кваліфікованих інвесторів, які вкладали кошти у нові проекти. У такий спосіб, створивши економічну бульбашку, яка «лопнула», утворивши масштабну фінансову кризу. Наразі, в нових умовах, економічні наслідки пандемії будуть достатньо мінливими, адже відбулося значне зменшення ліквідності на ринках, що в свою чергу призводить до різких змін цін на активи [1].

До усього вищесказаного хочемо додати, що ЗМІ починає тиснути саме на суспільну думку тих країн, яким пророкують глобальну рецесію, що в свою чергу може посилити тиск на політиків і економічна ситуація може відбутися за більш негативним сценарієм.

ЗМІ як негативний фактор. Повернемося у часи 2020 року і саме через фейкові новини постраждала економіка багатьох країн. Розглянемо ситуацію в Індії: в Інтернеті розповсюджували інформацію про те, що вживання курки викликає COVID-19. Фейкова новина сильно вплинула на промисловість птахівництва Індії. Витрати становили 1500-2000 рупій на день. Ціни впали з 200 рупій до 70-60 рупій. Як висновок, попит на птахівництво значно впав, адже людьми рухав страх. Також, хочемо додати, що наслідки фейкових новин вплинули на зернові культури: соя та кукурудза, оскільки птахівництво було найбільшим покупцем цих культур.

Інакше кажучи, ВВП Індії через фейкові новини впав на 2,48 мільярдів доларів [1].

Страх через дезінформацію = знищення підприємств. Для аналізу цієї категорії ми вирішили заглибитися, використовуючи подкаст «More money less problem».

Соціальні медіа – це потужний інструмент для захоплення і управління розумом як інвесторів так і клієнтів. Проведемо аналіз на прикладі ринку машин.

Читаючи новини, фінансовий розділ, Ви розумієте, що ціна на машини зростала протягом останніх кількох років. Але ви очікували, що вже через 2–3 роки у вас буде достатньо грошей аби дозволити собі придбати власне авто. Через страх та непокоєння про майбутнє підвищення цін на автомобілі ви вирішуєте взяти у банка кредит і купити авто саме зараз.

Якщо розглядати проблему масштабно, то тисячі людей будуть занепокоєнні зростанням цін, і вирішать придбати авто в найближчий час. Ринок автомобілів зазнає стресової ситуації через ненормальне збільшення попиту на продукцію, виробники збільшують випуск і збір авто, запаси обмежені і стають з також дорожчими. Виникає дисбаланс через різке підвищення попиту та обмеженість ресурсів вже у двох секторах економіки: машинобудівництві та виробництві, добування сировини для їх виготовлення. Така ситуація також вплине на ринок праці, адже затребуваними стануть висококваліфіковані робітники.

Отже, бачимо, що була відсутня впевненість, щодо зміни ціни апартаментів, адже ми дізналися, що їх ціна зросте через новини та соціальні мережі. Інакше кажучи, те, що ви думали, що може статися в майбутньому – сталося зараз через ваш страх.

Взаємозв'язок інфляції та ЗМІ. Інфляцію можемо розцінювати одним із найважливіших процесів, який стимулює інвестиції. Розглядаючи ситуацію з інвесторами, ми хочемо зазначити, що інвестори люблять купувати активи за низькою ціною і продавати за вищою ціною, щоб максимізувати свій прибуток. Але є інша сторона інвесторів. Наприклад, ви купили акції публічної компанії і хочете, щоб вони подорожчали, тому потрібно проінформувати світ про свою діяльність. Платформи соціальних мереж з великою вірогідністю донесуть вашу інформацію по всьому світу, а, отже клієнти, аналітики та ділові люди будуть проявляти цікавість, щодо ваших алгоритмів. Повертаючись до кризи 2008 року, ми згадуємо, що саме інвестиції у нові проекти спричинили світову фінансову кризу.

Використані джерела:

1. COVID-19 Crisis Poses Threat to Financial Stability. URL: COVID-19 Crisis Poses Threat to Financial Stability – IMF Blog
2. Fake news and its impact on the Economy. URL: <https://priorityconsultants.com/blog/fake-news-and-its-impact-on-the-economy/>
3. How Social Media Influence the Economy. URL: <https://medium.datadriveninvestor.com/how-social-media-influence-the-economy-ba5adcfcf844>
4. Лук'яненко, І., Віт, Д., Оліскевич, М. (2020). Фінансова політика в умовах тінізації та дисбалансів на ринку праці: методологія та інструментарій.
5. Abakumova, J., Primierova, O. (2018). Economie Growth, Globalisation and Income Inequality: The Case of Ukraine. Economics, 10, 11th.