

РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ СТРАНЫ

УДК 336.71:005.57(476)

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

А.А. Наварич, 10 «А» класс, **И.А. Рай**, 2 курс

Научный руководитель – **Н.Г. Петрукович**, к.э.н., доцент кафедры банкинга
и финансовых рынков

**Лицей учреждения образования «Полесский государственный университет»
«Полесский государственный университет»**

Действия центрального банка постоянно находятся в центре внимания общественности, средств массовой информации, экспертов. При этом его решения оказывают значимое влияние на рынок и ожидания экономических агентов. Важным для деятельности центрального банка, безусловно, является доверие к нему со стороны экономических агентов. Поэтому коммуникационная политика центральных банков должна рассматриваться как неотъемлемый компонент проводимой денежно-кредитной политики, независимо от того произвольная она или проводится по определенному правилу.

Коммуникационная политика центрального банка позволяет оценить его открытость и гласность, что стало особенно важным на фоне перехода многими центральными банками к режиму ценовой стабильности.

Сегодня центральные банки более открыты в вопросах освещения своих целей, инструментов и стратегий, публикации прогнозов инфляции и экономического роста, а также процентной ставки. Инструменты коммуникации, используемые центральными банками, в целом являются схожими – это пресс-релизы, выступления руководства центрального банка, регулярные публикации, отчеты и информационные материалы в социальных сетях и др.

Между тем, несмотря на схожие инструменты, стратегии коммуникационной политики центральных банков существенно отличаются. Усиление роли коммуникаций в деятельности центральных банков стало толчком в развитии дискуссии в мировом научном сообществе по данному вопросу. При этом особую важность приобрела оценка качества и эффективности коммуникационной политики, поскольку «правильная» коммуникация призвана помочь центральному банку в достижении его целей.

Рассмотрим подробнее инструмент коммуникаций. Основным каналом коммуникаций Национального банка Республики Беларусь является официальный сайт Национального банка в глобальной компьютерной сети Интернет www.nbrb.by.

На сайте Национального банка размещаются все официальные пресс-релизы, информационные сообщения, статистические и аналитические материалы, а также иная информация, относящаяся к компетенции Национального банка и затрагивающая интересы широкого круга граждан, профессиональных участников финансового рынка и субъектов хозяйствования [0].

Распространение общедоступной информации о деятельности Национального банка также осуществляется посредством.

Публикуемая информация доступна для каждого, её подробное изучение позволяет сформировать четкое видение проводимой денежно-кредитной политики. При этом публика может либо обращаться напрямую к первоисточникам информации, либо получать «переработанную» информацию в изданиях СМИ. При этом чем выше степень освещения информации, генерируемой Центральным Банком, в СМИ, тем меньше разрыв в осведомленности о денежно-кредитной политике между различными слоями населения с разным уровнем финансовой грамотности.

Конкретизируем положительные и отрицательные стороны применения коммуникаций как инструмента денежно-кредитной политики. Сначала перечислим преимущества данного инструмента, а затем – недостатки.

Таблица – Коммуникационные каналы Национального банка Республики Беларусь по ДКП

Коммуникационные каналы	Периодичность	Предоставляемая информация
Регулярные каналы		
Пресс-релизы по итогам заседаний Правления по вопросам ДКП	После заседания Правления	Разъяснение принимаемых Национальным банком решений
Информация о динамике изменения потребительских цен и тарифов	Ежемесячно/ежеквартально	Общая характеристика изменения потребительских цен, анализ факторов ее изменения
Отчет по инфляционным ожиданиям	Ежеквартально	Определение уровня инфляционных ожиданий
Годовой отчет	Ежегодно	Результаты деятельности за прошедший год
Статистический бюллетень	Ежемесячно	Статистика денежно-кредитных показателей
Журнал «Банкаўскі веснік»	Ежемесячно	Научные статьи, публикации сотрудников НБ РБ
Основные направления ДКП	Ежегодно	Цели и задачи политики
Нерегулярные каналы		
Интервью в средствах массовой информации	По мере необходимости	Разъяснение принимаемых решений
Проведение встреч с экспертами	По мере необходимости	Разъяснение принимаемых решений
Проведение лекций в вузах	По мере необходимости	Повышение экономической грамотности

Примечание – Источник: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10520.pdf>.

Основным преимуществом использования информационной политики центральных банков можно считать возможность формирования уровня инфляционных ожиданий, удобного и необходимого для успешной реализации денежно-кредитной политики. Если центральный банк на протяжении длительного времени ставит целевые условия по инфляции и выполняет их посредством применения процентной политики, то у населения формируется высокий уровень доверия к деятельности данного центрального банка и, соответственно, уровень инфляционных ожиданий становится приближенным к установленному целевому значению [0].

Так же, как положительный эффект от применения коммуникаций в целях увеличения прозрачности центрального банка, эксперты отмечают и снижение процентных ставок, что обеспечивает благоприятный инвестиционный климат.

Однако, несмотря на преимущества, коммуникации как инструмент денежно-кредитной политики могут иметь и недостатки.

Как отмечалось выше, посредством формирования высокого уровня доверия к денежно-кредитной политике с помощью инструмента коммуникаций центральные банки сдерживают инфляционные ожидания. Однако низкие инфляционные ожидания препятствуют экономическому росту. Производители не ожидают роста цен на свою продукцию, поэтому не имеют стимула к наращиванию объемов выпуска. Да, в таком случае экономика развивается стабильно, но одной из главных задач любого государства является экономический рост.

Также важно отметить, что недостатком коммуникаций является ограниченность аудитории, воспринимающей информацию центрального банка. Стиль изложения результатов, планов и прогнозов денежно-кредитной политики обычно понятен только части населения. Это связано с уровнем грамотности, а особенно с уровнем финансовой грамотности. Например, Банк Англии с ноября 2017 г. вместе со стандартным ежеквартальным отчетом об инфляции публикует его краткий пересказ – доступным языком, с расшифровкой всех терминов и с картинками. Банк Ямайки при переходе к ценовой стабильности в 2018 г. использовал музыкальные ролики в социальных сетях и на радио, в которых преимущества ценовой стабильности объяснял широкой публике. Самый оригинальный способ коммуникации использует Банк Швеции, создавший чат для общения посетителей сайта с руководством банка.

Наиболее популярным средством коммуникации среди центральных банков стали социальные сети. Наиболее популярной социальной сетью среди центральных банков в настоящее время является Twitter, некоторые ЦБ имеют даже несколько аккаунтов. Банки ФРС США также зарегистрированы в Facebook и LinkedIn, а европейские ЦБ отдают предпочтение Flickr.

Национальный банк Беларуси также адаптирует свои коммуникации для различных аудиторий. Например, была введена в эксплуатацию новая версия официального интернет-сайта. В ней значительно улучшена подача информации экономическим агентам, адаптирована версия сайта для мобильных устройств. В частности, по денежно-кредитной политике реализована возможность выборки пресс-релизов, добавлен значительный теоретический материал, объясняющий подходы к реализации денежно-кредитной политики [0].

Таким образом, опыт других стран, успешно проводящих политику ценовой стабильности, показывает, что большая открытость улучшает эффективность денежно-кредитной политики.

Несмотря на то, что в целом центральные банки достигли определенных успехов в развитии коммуникационной политики, ее стратегии существенно отличаются от страны к стране, что свидетельствует о том, что оптимальный вариант этой стратегии пока не определен, если он вообще может быть определен. Процесс коммуникации не одинаков, поскольку страны имеют различный уровень экономического развития, различную глубину финансового и денежного рынков, различную организационную среду. Тем не менее совершенно разные структуры могут быть одинаково эффективны для передачи сигналов денежно-кредитной политики.

Список использованных источников

1. Коммуникационная политика Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/today/press/kommunikatsionnaya-politika.pdf> – Дата доступа: 25.03.2023.
2. Коммуникации как инструмент современной денежно-кредитной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/73ECVN619.pdf> – Дата доступа: 26.03.2023.
3. Коммуникационная политика центрального банка в контексте перехода к инфляционному таргетированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/10520.pdf> – Дата доступа: 27.03.2023.