



УДК 336

Комунікаційна політика центрального банку як одна з умов забезпечення ефективної монетарної політики

Юлія Петрівна Галушко,
аспірантка

Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ)

Анотація. Досліджено сутність поняття «транспарентність» і «комунікаційна політика» центрального банку, виділено окремі переваги транспарентності монетарної політики, розкриті недоліки у реалізації комунікаційної політики НБУ та проаналізовано ефективність забезпечення транспарентності центрального банку через комунікаційні канали.

Ключові слова: центральний банк, комунікаційна політика, транспарентність, інфляційні очікування.

Вступ. Перехід Національного банку України до реалізації нової монетарної стратегії спонукає розвивати і нові механізми грошово-кредитного регулювання. Застосування інформаційних важелів впливу та збільшення транспарентності діяльності НБУ здатні підвищити ефективність функціонування передавального механізму монетарної політики.

Питанню транспарентності центрального банку почали приділяти увагу більшість провідних фахівців у всьому світі, які врахували той факт, що саме транспарентність і постійний зв'язок із суспільством і ринком (учасниками ринку) є запорукою ефективного здійснення монетарної політики.

У вітчизняних дослідженнях зовсім недавно почали досліджувати тематику щодо ролі комунікаційної політики серед інструментів грошово-кредитного регулювання. Цьому питанню значну увагу приділили О. Костюк, В. Міщенко, А. Сомик, Т. Щербина та ін.

Постановка проблеми. Ефективність реалізації заходів монетарної політики підкреслюється важливістю чіткого розуміння дій центрального банку суб'єктами економічної діяльності. Останнім часом усе частіше акцентується увага щодо превалюючої ролі комунікаційної політики серед інструментів грошово-кредитного регулювання.

Застосування інформаційних важелів впливу та збільшення транспарентності діяльності НБУ, як засвідчує практика країн, що запровадили режим інфляційного таргетування, здатні підвищити ефективність функціонування передавального механізму монетарної політики.

Проте й у світовій науковій спільноті, і у вітчизняних наукових розробках залишається невирішеним питання щодо необхідного ступеня відкритості та прозорості дій грошово-кредитної влади. Тому метою статті є виявлення ступеня розвитку комунікаційної складової грошово-кредитного інструментарію НБУ.

Основні методи дослідження. Основою дослідження є загальнонаукові методи пізнання, зокрема аналіз, синтез, системність, комплексність. Ефективність забезпечення транспарентності центрального банку через комунікаційні канали проводилася за допомогою методу аналізу.

Результати. Головною функцією Національного банку України є забезпечення стабільності грошової

єдиниці України. Для її виконання він сприяє стабільності банківської системи, а також у межах своїх повноважень підтримці цінової стабільності [1].

На сьогодні, окрім традиційних інструментів регулювання грошово-кредитної політики, що використовує НБУ, на перший план виходить комунікаційна політика. Розроблення ефективної комунікаційної політики забезпечить розуміння економічними агентами обраного напрямку монетарної стратегії та вплине на підвищення ступеня довіри до дій влади і, перш за все, до НБУ як головного регулятора грошового ринку.

До основних складових комунікаційної політики можна віднести:

- інформативні заходи, які передбачають систему донесення даних до економічних суб'єктів;
- заходи щодо підвищення прозорості та передбачуваності майбутніх змін у грошово-кредитній політиці, які включають розробку прогнозів майбутніх змін процентних ставок, кількісний аналіз впливу різноманітних шоків на зміни у прогнозованих процентних ставках за попередній період;
- паблік рілейшенз – створення позитивного іміджу центрального банку прямо впливає на довіру суспільства до влади і на формування очікувань, а отже, і на ділову активність [5].

За критерієм прозорості можна розрізнити закрити (непряму) і відкриту комунікаційну політику. Відкрита передбачає широке та ефективне застосування всіх зазначених складових, включаючи прогнозування майбутньої динаміки процентних ставок. Така політика характерна для кількох центральних банків світу: уперше вона була застосована центральними банками Нової Зеландії, потім – Норвегії (2004 р.), а пізніше – Швеції і Чехії [5].

Більшість центральних банків обирають закрити (непряму) комунікаційну політику донесення майбутніх орієнтирів, використовуючи прогнози, які базуються на технічному аналізі, та вербальні сигнали в публічних виступах і публікаціях.

Таким чином, комунікаційна політика може бути визначена як система заходів із взаємодії центрального банку з комерційними банками та іншими суб'єктами економіки, які направлені на підвищення ступеня поінформованості суб'єктів щодо стану і перспектив

розвитку грошово-кредитної сфери, підвищення рівня довіри до заходів грошово-кредитної політики та формування позитивного іміджу влади [5].

Само забезпечення прозорості стає додатковим фактором підвищення ефективності антиінфляційних і послідовних дій з монетарної політики центрального банку, дозволяє утримувати інфляційні очікування на низькому рівні, скорочує невизначеність при прийнятті рішень суб'єктами економіки і поліпшує репутацію центрального банку.

«Інформаційна відкритість», «прозорість», або «транспарентність» (від англ. *transparency* – ясність), банку є головним елементом формування довіри банківських вкладників до фінансово-кредитних установ та одним із показників якості корпоративного управління. Що стосується прозорості центрального банку, то під нею слід розуміти розкриття інформації про внутрішні процеси прийняття рішень (тобто всі пояснення, що стосуються монетарної політики). При цьому важливим є розкриття інформації про цілі та кількісні орієнтири монетарної політики, стратегію і тактику, результати та ефективність проведеної політики [6].

Також потрібно виділити певні переваги, які отримує центральний банк за належної прозорості у своїй діяльності:

- оприлюднення інформації центральним банком знижує асиметрію в суспільстві, яка збіль-

шує коливання в економіці, і, відповідно, ринкову невизначеність;

- підвищена прозорість зменшує помилки прогнозування економічних агентів і підвищує їхню гнучкість реакції на шоки;
- сприяє поліпшенню добробуту суспільства;
- має позитивний вплив на формування інфляційних очікувань, що дозволяє центральному банку більш ефективно проводити монетарну політику;
- дозволяє поліпшити репутацію центрального банку;
- при оголошенні мети центральним банком цілі монетарної політики сприяють підтриманню з боку суспільства політики, яку здійснює центральний банк, і посилюють незалежність центрального банку, яка є взаємовигідною для центрального банку і суспільства: суспільство має змогу отримати оптимальну політику для поліпшення свого добробуту, а центральний банк зводить до мінімуму свої витрати при здійсненні цієї політики [6].

Ефективність роботи із забезпечення прозорості діяльності ЦБ залежить від наявності чітко налагоджених інформаційних каналів, які б одночасно охоплювали максимально широкі кола суспільства (рис.).

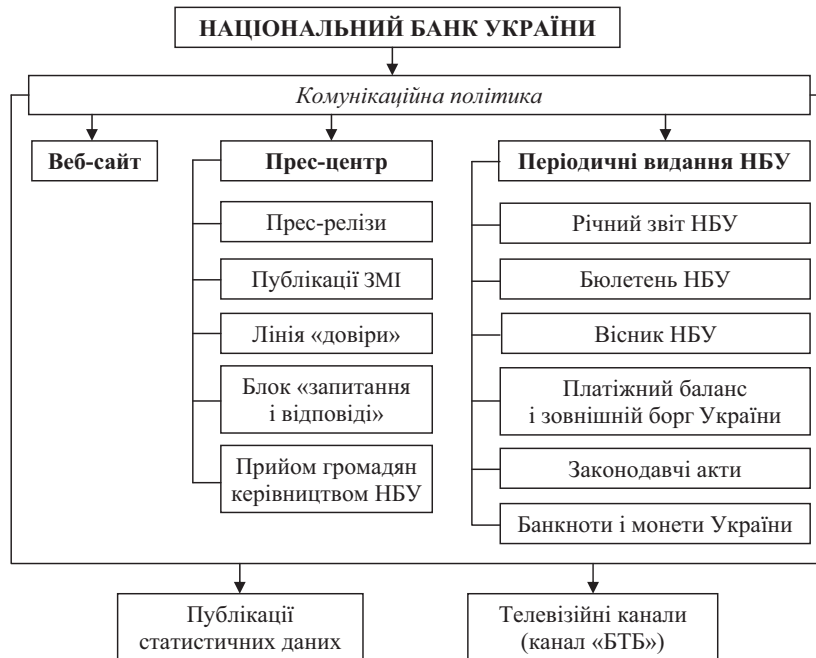


Рис. Сучасні комунікаційні канали НБУ (власна розробка)

Як комунікаційні канали для інформування громадськості про здійснювану ним політики та її результати НБУ на сьогодні використовує певний набір інструментів, кожен з яких має свої переваги і недоліки:

- 1) Веб-сайт – офіційний сайт НБУ;
- 2) Прес-центр – це розділ, який призначений для журналістів і широкої громадськості. Він містить останні надходження та архів прес- і відеорелізів, найцікавіші публікації матеріалів у

засобах масової інформації. До цього розділу входять також:

- прес-релізи, спеціальні звіти за окремими видами діяльності є одним з основних джерел інформації в комплексній системі комунікацій. Матеріали, які там наведені, слугують регулярним джерелом інформації щодо аналізу поточного стану грошово-кредитного ринку для громадськості;



- публікації засобів масової інформації (ЗМІ), де розміщені виступи та інтерв'ю керівництва НБУ;
 - лінія «довіри», яка працює в автоматичному режимі та до якої можна звернутися з проблемних питань: проведення вкладних і кредитних операцій банківськими установами, здійснення касових операцій з національною валютою, виконання зобов'язань перед вкладниками і клієнтами банків, робота банківських установ в умовах тимчасової адміністрації та ліквідації тощо;
 - блок «запитання і відповіді»;
 - особистий прийом громадян керівництвом НБУ, територіальних управлінь (ТУ);
- 3) публікації статистичних даних про основні макроекономічні показники;
 - 4) періодичні видання НБУ, публікації яких доступні у форматі PDF. До них входять:
 - «Річний звіт Національного банку України», видається з 1993 року на папері, розміщується в Інтернеті з 2001 року;
 - «Бюлетень Національного банку України», видається з 1993 року на папері, розміщується в Інтернеті з 2001 року;
 - «Платіжний баланс і зовнішній борг України», видається із 1995 року, з другого півріччя 2009-го – на папері і на CD-ROM. Розміщується в Інтернеті з 2002 року;
 - «Вісник Національного банку України», публікується на папері, із січня 2010 року виходить у комплекті з додатком «Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності» на CD-ROM;
 - «Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності» – щомісячний додаток до «Вісника НБУ»;
 - «Банкноти і монети України», публікується на папері.
 - телевізійні канали (телеканал «БТБ»).

Саме комплексне використання всіх комунікаційних каналів дозволяє ЦБ країни здійснювати інформування всієї доступної аудиторії або окремих її сегментів, таких як фінансові ринки, населення, підприємства та організації, ЗМІ, уряд та інші органи державного управління.

Національний банк України реалізовує свою інформаційну політику на засадах взаємодовіри, поваги, надання зваженої, об'єктивної й оперативної інформації та зацікавлений в ефективній співпраці із засобами масової інформації (ЗМІ).

Підвищенню ефективності комунікаційної політики сприяє підвищення рівня фінансової грамотності населення.

З моменту заснування НБУ багато часу приділялося питанню фінансової грамотності, адже населення – основний інвестор НБУ. Національний банк працює на ринку з грошима, і не останнім елементом є те, щоб політика і дії центрального банку були сприйняті суспільством і стали зрозумілими для широкого загалу.

Одним з унікальних проєктів, створених центробанком країни з метою підвищення фінансової культури громадян України, є телеканал БТБ, формат якого – інформаційно-просвітницький.

У липні 2011 року за рішенням Національної ради України з телебачення і радіомовлення ТОВ «Банківське телебачення» (Телеканал «БТБ») отримало ліцензію НР № 1321 на цілодобове супутникове мовлення, у серпні того ж року – Ліцензію НР № 1365 на багатоканальне (цифрове) мовлення.

Не залишаються осторонь і вітчизняні банки, які все частіше включають у свою діяльність програми з підвищення фінансової грамотності. Слід відмітити вітчизняні банки, які ведуть діяльність із поширення фінансової грамотності серед населення:

- Ерсте Банк – проєкт «Фінансова грамотність дітей та підлітків», метою якого є надання дітям можливості отримати фінансові знання;
- Дельта Банк – проводить уроки фінансової грамотності у школах;
- ПриватБанк – створено банківську навчальну програму для школярів з фінансової грамотності – «ЮніорБанк»;
- Юнікредіт Банк (Укрсоцбанк) – щорічно проводить олімпіаду з фінансової грамотності серед студентів;
- Банк Хрещатик – програма «Крок у життя» [9–13].

Саме завдяки підтримці вітчизняних банків можна тепер сказати, що програма з підвищення фінансової грамотності населення вийшла на національний рівень.

Як зазначила директор Генерального департаменту грошово-кредитної політики НБУ Олена Щербакова у виступі щодо підвищення фінансової грамотності населення: «Для цього є всі канали та інформаційні засоби, які ми будемо використовувати» [8].

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок про те, що ефективність роботи центрального банку неможливо уявити без оцінки його транспарентності. Науковці та особи, відповідальні за формування політики в багатьох провідних центральних банках світу, погоджуються, що впровадження стандартів транспарентності дозволяють знизити інформаційну асиметрію та ринкову невизначеність, поліпшити репутацію центрального банку, а публікації, зроблені центральним банком, скоординувати дії економічних агентів, оскільки оприлюднення та роз'яснення інформації зменшує кількість негативних рівноваг у системі.

Ефективність роботи із забезпечення транспарентності діяльності центрального банку потребує наявності системи комунікацій та чітко налагоджених інформаційних каналів, які б одночасно охоплювали максимально широкі кола суспільства. Це дозволяє центральним банкам забезпечувати більшу відкритість своєї діяльності, сприяє зниженню невизначеності в монетарній політиці шляхом роз'яснення громадськості не тільки цілей, яких центральний банк планує досягти, і методів їх досягнення, а й можливих відхилень від цільових показників і причин такого відхилення, аналіз дій центрального банку.



На наш погляд, оприлюднення інформації центральним банком сприяє посиленню поінформованості суспільства стосовно економічного розвитку держави і посиленню довіри до центрального банку з боку населення. При цьому найбільш ефективно донесення центральним банком інформації до його одержувачів можливе при використанні всіх можливих комунікаційних каналів. Тобто офіційні звіти та аналітичні матеріали центрального банку, розміщені на

офіційному сайті або опубліковані у спеціальних виданнях, мають більший ефект при їх доповненні публічними виступами керівництва центрального банку перед громадськістю.

Ефективна система комунікацій сприятиме розвитку аналітичного апарату не тільки самого центрального банку, а й усунути проблему недосконалого знання ззовні про стан економіки і центральний банк зокрема, що й буде предметом подальших наукових досліджень.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про Національний банк України» від 20.05.1999 № 679-XIV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>.
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 № 2121-III (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>.
3. Костюк О. Проблеми монетарної комунікації у контексті перспектив реалізації інфляційного таргетування // Вісник НБУ. – 2009. – №2. – С. 20–27.
4. Сомик А. Головний документ грошово-кредитної політики: зарубіжний досвід і перспективи використання в Україні // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – № 3. – С. 241–244.
5. Щербина Т. Комунікаційна політика як інструмент реалізації грошово-кредитної стратегії центрального банку // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – № 3. – С. 246–249.
6. Транспарентність регуляторів фінансового ринку та розвиток ризик-менеджменту у фінансових установах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/drn/047.htm.
7. Як зміцнити роль НБУ у забезпеченні цінової стабільності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.center.gov.ua/docman/download-document.html?gid=650>.
8. Дані офіційного сайту Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
9. Дані офіційного сайту Ерсте Банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.erstebank.ua/ua>.
10. Дані офіційного сайту Дельта Банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.deltabank.com.ua>.
11. Дані офіційного сайту ПриватБанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.privatbank.com.ua>.
12. Дані офіційного сайту ЮніКредіт Банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.unicredit.com.ua>.
13. Дані офіційного сайту Банку Хрещатик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.xcitybank.com.ua/about>.

Summary. The essence of the concept of «transparency» and «communal politics» of the central bank highlighted some benefits of transparency of monetary policy, revealed shortcomings in the implementation of communication policy of the NBU and analyzed the effectiveness of central bank transparency through communication channels.

Keywords: central bank communication policy, transparency, inflationary expectations.