



УДК 336.7

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ КРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ ДО ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ КРАЇНИ

Кривич Яна Миколаївна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського державного університету
e-mail: y.kryvyuch@uabs.sumdu.edu.ua; ORCID ID: 0000-0002-3401-0878

Сердюк Катерина Вікторівна,
магістрант
кафедрі фінансів, банківської справи та страхування
Сумського державного університету
e-mail: katernaserduck@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-6348-2014,

Анотація. В умовах низької суспільної довіри до центрального банку країни актуалізується питання щодо поліпшення комунікаційної політики центрального банку, яка б допомогла моніторити очікування агентів фінансового сектору і пристосувати свою політику ближче до їхніх сподівань. Тому останнім часом все гостріше постає питання проведення якісної комунікаційної політики центральними банками, яка б допомогла реалізувати всі аспекти своєї діяльності, виявити, на що націлені очікування суб'єктів фінансового ринку, і пристосувати свою політику якомога ближче до їхніх сподівань, насамперед для підвищення рівня довіри.

Національний банк України є сучасним, відкритим і незалежним центральним банком, який інтегрований до європейської спільноти центробанків і намагається підтримувати довіру суб'єктів економіки. Центральний банк України у своїй стратегії визнає комунікацію невід'ємною частиною своєї діяльності та запорукою ефективної реалізації своєї політики, спрямованої на досягнення поставлених цілей.

Проаналізовано сутність поняття «комунікаційна політика» і досліджено її генезис. Визначено роль комунікацій у діяльності центрального банку. Обґрунтовано зв'язок суспільної довіри до центрального банку і його комунікаційної політики.

Ключова слова: комунікаційна політика, цільова аудиторія, агенти фінансового ринку, суспільна довіра, інструменти комунікаційної політики, канали комунікації.

Формул: 0; рис.: 3; табл.: 0; бібл.: 17.

COMMUNICATION POLICY OF THE CENTRAL BANK IN THE CONTEXT OF RESTORATION OF SOCIAL TRUST FOR THE FINANCIAL SECTOR OF THE COUNTRY

Kryvyuch Yana,
Ph. D. in Economics,
Associate Professor, Department of Finance, Banking and Insurance,
Sumy State University
e-mail: y.kryvyuch@uabs.sumdu.edu.ua; ORCID ID: 0000-0002-3401-0878

Serdiuk Kateryna,
Master's student
Department of Finance, Banking and Insurance,
Sumy State University
e-mail: katernaserduck@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-6348-2014

Abstract. The article substantiates the issue of improving the communication policy of the central bank, which would help to monitor the expectations of financial sector agents and adapt their policies closer to their expectations. This question is important in the conditions of low public trust in the central bank. This paper encompasses conceptual framework for understanding the central bank's communications policy as an indicator of raising public confidence. It has been highlighted that decline in trust in the central bank means that market participants have doubts about the consistency of monetary policy, its objectives and the professionalism of management.



The implementation of a quality communication policy is very important, as the central bank can build monetary policy not only on the basis of real indicators, but also on expectations, and at the same time to improve the trust of the population. Therefore, the issue of conducting high-quality communication policy by central banks is becoming more acute, which would help to realize all aspects of its activities, identify the expectations of financial market participants and adapt their policies as close as possible to their expectations, first of all, to improve public confidence. The National Bank of Ukraine is a modern, open and independent central bank that integrates with the European community of central banks and strives to maintain public confidence. In its strategy, the Central Bank of Ukraine recognizes communication as an integral part of its activities aimed at achieving its goals.

The authors of the article analyze the essence of the «communication policy» and investigate its genesis, determine the role of communications in the activities of the central bank and establish the connection of public trust to the central bank and its communication policy.

Keywords: communication policy, target audience, agents of the financial market, public trust, communication policy tools, communication channels.

JEL Classification E50, E58, E71

Formulas: 0; fig.: 3; tabl.: 0; bibl.: 17.

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА СТРАНЫ В КОНТЕКСТЕ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ДОВЕРИЯ К ФИНАНСОВОМУ СЕКТОРУ СТРАНЫ

Кривич Яна Николаевна,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования
Сумского государственного университета
e-mail: y.kryvych@uabs.sumdu.edu.ua; ORCID ID: 0000-0002-3401-0878

Сердюк Екатерина Викторовна,
магистрант
кафедры финансов, банковского дела и страхования
Сумского государственного университета
e-mail: katernaserduck@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-6348-2014

Аннотация. В условиях низкого общественного доверия к центральному банку страны важным является вопрос об улучшении коммуникационной политики центрального банка, которая помогла бы мониторить ожидания агентов финансового сектора и приспособить свою политику ближе к их ожиданиям. Проанализировано сущность понятия «коммуникационная политика» и исследовано ее генезис. Определена роль коммуникаций в деятельности центрального банка. Обоснована связь общественного доверия к центральному банку и его коммуникационной политики.

Ключевые слова: коммуникационная политика, целевая аудитория, агенты финансового рынка, общественное доверие, инструменты коммуникационной политики, каналы коммуникации.

Формул: 0; рис.: 3; табл.: 0; библи.: 17.

Вступ. Актуальність дослідження комунікаційної політики в контексті відновлення суспільної довіри обумовлена тим, що останніми роками довіра населення до Національного банку України, як регулятора і провідника грошово-кредитної політики країни, має тенденцію до зниження. Центральні банки виконують достатньо велику кількість функцій у забезпеченні безперервної діяльності не тільки цієї системи, а й загалом економіки країни. А отже, вони намагаються доводити до відома всіх суб'єктів економіки про останні зміни, досягнення, пріоритети розвитку та вдосконалення монетарної політики.

Дослідження дають змогу стверджувати про вкрай низьку довіру населення до центрального банку України за весь період аналізу. Тому це актуалізує питання

щодо поліпшення комунікаційної політики центрального банку, яка б допомогла моніторити очікування агентів фінансового сектору і пристосувати свою політику ближче до їхніх сподівань. За результатами загальнонаціонального дослідження, що проводиться Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру імені О. Разумкова, було виявлено, що з кожним роком, починаючи з кінця 2015 року, баланс довіри / недовіри в Україні до всіх інституцій або залишався незмінним, або, навпаки, лише погіршувався.

Тридцятого жовтня 2018 року було схвалено нову Стратегію комунікацій Національного банку України. Ця Стратегія стане основою інформаційної взаємодії банку із суспільством та іншими цільовими аудито-



ріями. Вона будується на трьох основних цілях: зміцнення довіри, максимізація впливу на поведінку споживачів фінансових послуг і мінімізація інформаційної асиметрії. Тому актуальним є питання забезпечення рівня довіри до центрального банку за допомогою проведення якісної комунікаційної політики.

Аналіз досліджень і постановка завдання. Питання комунікаційної політики розглядають як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі. Проте комунікаційну політику на прикладі Національного банку України почали вивчати декілька років тому. Це питання у своїх роботах розглядають такі науковці: М. Репко, Т. Щербина, О. Уткіна, В. Піддубна, А. Сомик, Н. Жмурко, Н. Маслова, Л. Сегеда, В. Міщенко та інші.

У закордонній літературі цьому питанню присвячено набагато більше досліджень, аніж в Україні. Зокрема, варто згадати: Carola Binder, Mugur Isărescu, Jens Weidmann, Lorenzo Bini Smaghi, Stephen Hansen, Michael McMahon, Danielle Kedan, Michael Woodford.

Проте питання комунікаційної політики все-таки залишається розкритим фрагментарно, особливо в контексті відновлення суспільної довіри до центральних банків і фінансового сектору зокрема.

Мета статті полягає у формуванні теоретичного і методичного підґрунтя дослідження комунікаційної політики центрального банку, а також обґрунтування взаємозв'язку суспільної довіри та безпосередньо комунікаційної політики Національного банку України.

Результати дослідження. Головним завданням комунікаційної політики центрального банку є зростання довіри. Проте за постійного проведення комунікації, він націлений на більш довготермінову перспективу — це управління очікуваннями [1]. Самі ж центральні банки наголошують на використанні комунікації як на засобі грошово-кредитної політики [2]. Національний банк України визнає комунікацію невід'ємною частиною своєї діяльності та запорукою ефективної реалізації політики, спрямованої на досягнення цілей, установлених виключно його стратегією [3].

У науковій літературі наразі не існує єдиної думки стосовно визначення поняття «комунікаційна політика». У результаті вивчення теоретичного матеріалу щодо сутності цього поняття [4—13] можна зробити висновок, що комунікаційну політику, найчастіше, розглядають як ціль грошово-кредитної політики і систему дій, спрямованих на підвищення рівня освітленості агентів щодо стану та перспектив розвитку монетарної політики і формування позитивного іміджу влади. Також панує думка, що комунікаційна політика важлива для центральних банків для забезпечення стабільності розвитку держави та керування очікуваннями суб'єктів ринку, щоб привести їх до загального вектору грошово-кредитної політики.

Загалом, комунікація центральних банків почала розвиватися на рубежі XIX і XX століть. До того

часу банки не вважали за потрібне розкривати публічно цілі грошово-кредитної політики. Проте така думка почала змінюватися в останнє десятиліття XX століття. Причиною цього стало введення в багатьох країнах світу режиму інфляційного таргетування. А найважливішим поштовхом було те, що банки зрозуміли необхідність вивчення економічних очікувань і настроїв агентів ринку [4]. Усе більше центральних банків почали вважати, що комунікація може бути використана як інструмент для закріплення інфляційних очікувань і керівництва фінансовими ринками. У результаті центральні банки стали більш відкритими і почали інтенсивніше повідомляти про свою політику громадськості.

Загалом, можна виділити декілька причин розвитку комунікаційної політики центральних банків світу.

По-перше, це виклик перед розвитком центральних банків, насамперед, пов'язаний з еволюційним розвитком і послідовними етапами комунікаційної політики. Центральний банк повинен демонструвати відданість і здатність досягати своїх цілей шляхом систематичного впровадження своєї політики. Дії центрального банку мають бути сформульовані настільки просто, наскільки це можливо, для того, щоб побудувати знання і довіру громадськості [5].

По-друге, комунікація центрального банку є інструментом грошово-кредитної політики. Це дозволяє центральним банкам бути більш відповідальними перед громадськістю, а сама комунікація служить для того, щоб керувати очікуваннями. Якщо центральні банки використовують комунікацію як інструмент політики, то вони не можуть ухилитися від неї та надання необхідних рекомендацій просто тому, що вони бояться зустрічної реакції ринків і громадськості [6].

По-третє, це інструмент нестандартної монетарної політики. У науковій літературі виділяють три основні типи нестандартних (або нетрадиційних) заходів грошово-кредитної політики: зниження процентних ставок до нульових рівнів (або навіть нижче); попереднє керівництво, спрямоване на переконання економічних агентів у тому, що витрати на позики не збільшуватимуться протягом тривалого періоду часу; і кількісне пом'якшення грошово-кредитної політики.

Дієвим прикладом є саме останній інструмент, який застосовується на практиці багатьма центральними банками світу. Він надає інформацію про наміри центрального банку щодо майбутньої грошово-кредитної політики. Спочатку інструмент кількісного пом'якшення стосувався очікуваного шляху процентних ставок, установлених центральним банком; однак надалі він був розширений. Цей інструмент спрямований на управління очікуваннями економічних агентів щодо того, як витрати на позики можуть розвиватися в майбутньому [4].

Комунікація має бути ефективною, чіткою і достовірною [7]. Щоб зрозуміти, наскільки успішний центральний банк, він повинен розкривати інформацію про свою діяльність, а суспільство має бути впевнене в тому, що влада проводить саме ту політику, яка відповідає його інтересам. Комунікація є одним з основних каналів, через які центральні банки можуть впли-

вати на ринкові переконання щодо її майбутніх дій [8; 9].

Оскільки комунікаційна політика центральних банків є системою, а значить, вона має канали комунікації, інструменти та будуватися на відповідних принципах. На *рис. 1* представлено систему комунікаційної політики центрального банку.



Рис. 1. Система комунікаційної політики центрального банку

Примітка. Розроблено авторами.

Загалом, у країнах Європейського Союзу виділяють три різні цільові групи: це учасники фінансового ринку; інші інституційні суб'єкти, зокрема в політичній сфері, і громадськість у цілому [7].

Стосовно України, то цільовими аудиторіями комунікації Національного банку є суб'єкти державної політики, громадськість і споживачі фінансових послуг, а також, останнім часом, почали виділяти окрему групу, таку як академічна спільнота.

Отже, необхідність вивчення економічних очікувань агентів фінансового сектору є однією з головних цілей і завдань комунікаційної політики центральних банків світу. Оскільки такі очікування не можна безпосередньо спостерігати, вони повинні бути оцінені неявно через ціни фінансових активів або вони повинні

бути визначені за допомогою опитувань, спрямованих на економістів, інвесторів і споживачів зокрема.

Стосовно цілей комунікаційної політики Національного банку України, то можна виділити три основні:

- формування та управління очікуваннями суб'єктів економіки та органів влади;
- сприяння підвищенню рівня довіри до дій Національного банку України;
- надання співробітникам потрібної інформації з метою виконання ними своїх обов'язків і формування в них умотивованості, відчуття належності та отримання задоволення від роботи [11].

Оскільки комунікація передбачає процес обміну інформацією, то комунікаційна політика Національного банку України становить комплекс заходів щодо його



взаємодії з користувачами і постачальниками цієї інформації. Тобто центральний банк намагається мінімізувати інформаційні ризики за допомогою спілкування з його основними цільовими аудиторіями.

Якщо економічні агенти не довіряють тому, що заявляє центральний банк, то комунікація навряд чи може допомогти центральному банку у стабілізації економіки. До того ж, сам центральний банк, намагаючись підняти довіру економічних суб'єктів до свого апарату, впевнюється в тому, що проведення різного роду комунікацій є не тільки необхідною умовою, а й запорукою успішності [10].

З другого боку, коли учасники фінансового ринку будуть розуміти стратегію і тактику грошово-кредит-

ної політики, яку проводить центральний банк, їхні очікування сприятимуть успішному виконанню поставлених ними цілей. Стосовно взаємозв'язку між довірою до центрального банку і комунікаціями, то, як уже було зазначено, підтримання довіри для банку є короткостроковою метою, щоб надалі впливати на очікування. Посилаючись на *рис. 2* помітним є те, що з кожним роком громадяни мають різну тенденцію щодо довіри до центрального банку: з 2015 до 2017 рр. вона зменшується, надалі відбувається поступове поліпшення. Хоча вияв довіри до центрального банку є низьким, але все ж таки він передбачає впевненість опитуваних у досягненні ним поставлених цілей грошово-кредитної політики [12].

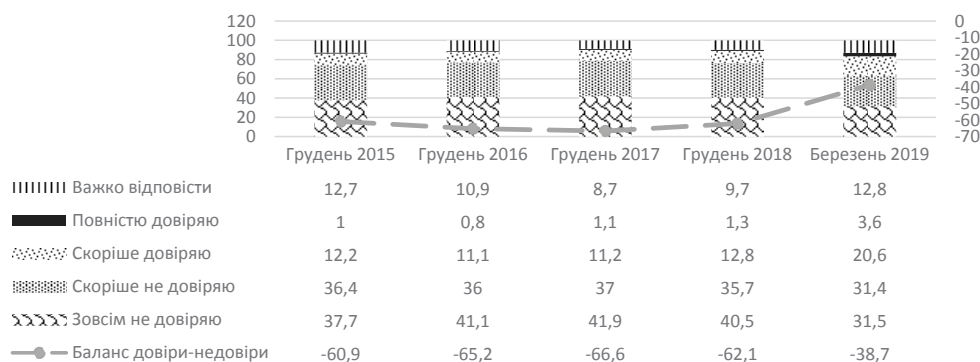


Рис. 2. Довіра громадян України до Національного банку України за період 2015—2019 рр.

Джерела: [13; 14].

Якщо проаналізувати баланс довіри до Національного банку України в річному вимірі за останні 14 років, то можна зробити висновок, що за період із 2006 до 2019 рр. він завжди є негативним. Пікового значення набуває у 2008 і 2016 роках, що можна пояснити в

першому році наслідком світової економічної кризи та у другому — кризи в Україні, нестабільність законодавства і реформ, різким збільшення курс національної валюти та неспроможністю тримати рівень інфляції на запланованому рівні (*рис. 3*).

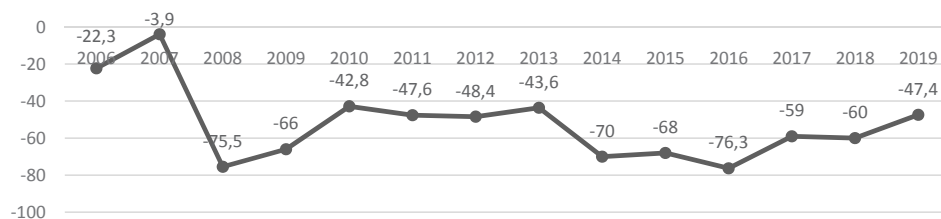


Рис. 3. Баланс довіри до Національного банку України станом на 2006—2019 роки

Джерела: [13; 14].

За даними соціологічних опитувань Центру імені О. Разумкова, рівень довіри до Національного банку України є вкрай низьким. За останні три роки рівень довіри зменшився з 16,1 % у 2016 році до 14,1 % у 2018 р. Але 2018 року ситуація дещо стабілізувалася і довіра до Національного банку порівняно з 2017-м поліпшилася на 2,4 % [14]. Зниження довіри до НБУ обумовлюється низькою довірою суспільства до комерційних банків. Поряд з цим основним фактором, що визначає довіру до Національного банку України, є його дії.

Погіршення стану банківського сектору в Україні засвідчують і світові рейтинги. Так, згідно із Всесвітнім економічним форумом за показником «Довіра до банків» Україна посідає 138-ме місце у 2017 році та 137-ме у 2018 році. Результати є вкрай низькими для України, хоча є й позитивні зрушення на цьому шляху із 144-го місця у 2013 році, довіра українців до банківської системи станом на поточний рік поліпшилася [15].

Деякі дослідники вважають, що дефектна комунікація під час фінансових криз є однією з причин сус-

пільної втрати довіри до центральних банків. Наприклад, під час кризи американська фінансова і банківська система втратила свою публіку внаслідок власного дискурсу, який іноді виявлявся «катастрофічним». Громадські очікування щодо майбутнього, включаючи майбутні рішення і вияв довіри до центрального банку, пов'язані з монетарною політикою, важливі, оскільки вони впливають на нинішню економічну поведінку [16].

Усі центральні банки різних країн світу проводять опитування серед респондентів, щоб перевірити, як різні звіти і публікації з офіційних сайтів впливають на їхню довіру. Наприклад, Центральний банк Англії навіть згрупував фактори, що впливають на позитивну і негативну відповіді респондента. Вони також стверджують, що тематичний аналіз показує: що легше буде зрозуміти інформацію центрального банку, то вищою буде довіра до нього. Тобто інформаційна складова комунікативної політики є важливим засобом для підвищення довіри [17].

Висновок. Таким чином, ми проаналізували основні зарубіжні та вітчизняні трактування поняття «комунікаційна політика», на основі яких узагальнено визначення і досліджено генезис комунікаційної політики центральних банків світу.

Отже, центральні банки активно почали застосовувати комунікації в останньому десятилітті ХХ сторіччя. Проте в Україні спостерігаються відставання від світових тенденцій у цій галузі. Національний банк

України тільки останні п'ять — сім років почав застосовувати комунікаційну політику для підтримки довіри населення і керування їхніми очікуваннями. Роль комунікацій для центрального банків є вирішальною, оскільки вони ставлять одне з головних завдань — це підтримка і зростання довіри. Проте за постійного проведення комунікації він націлений на більш довготермінову перспективу — це управління очікуваннями. Здійснений аналітичний огляд стану довіри до Національного банку України показав певні тенденції та особливості. Зокрема: 1) прояв довіри до центрального банку України за останні п'ять років є низьким, хоча з 2017 року спостерігається поступове поліпшення ситуації і збільшення вияву суспільної довіри; 2) світові рейтинги також підтверджують низьку довіру українців до Національного банку, що стало причиною того, що Україна займає остатні місця в рейтингу серед країн із найнижчим рівнем довіри до банків. Зазначене доводить існування значних проблем у розвитку банківського сектору країни, зокрема з комунікаційною політикою, яка не спроможна цілком керувати економічними очікуваннями суб'єктів фінансового ринку і підтримувати довіру до центрального банку на позитивному рівні. У свою чергу, низька довіра до центрального банку може свідчити про неякісну його комунікаційну політику. Отже, вивчення основних факторів комунікаційної політики центрального банку важливе в контексті відновлення суспільної довіри до фінансового сектору країни.

Список використаних джерел

1. Репко М. Коли прогнози центробанку не збігаються із реальністю, він ризикує втратити довіру [Електронний ресурс] / М. Репко. — 2018. — Режим доступу : https://lb.ua/economics/2018/04/13/395220_golovniy_ekonomist_nordbank_koli.html.2018.
2. Binder C. Fed speak on main street: Central bank communication and household expectations / C. Binder // *Journal of Macroeconomics*. — 2017. — № 52. — С. 238—251.
3. Основні положення Стратегії комунікацій Національного банку України [Електронний ресурс] : схвалено Правлінням НБУ. — 2018. — 30 жовтня. — Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=86613616>.
4. Central Bank Communication at Times of Non-Standard Monetary Policies [Electronic resource] // *Monetary Dialogue*. — 2018. — September. — Available at : http://www.europarl.europa.eu/cmsdata/153223/CASE_final.pdf.
5. Muger I. Central bank communication as a policy tool — an ongoing challenge «The 41th Meeting of the Central Banks Governors' Club of the Central Asia, Black Sea region and Balkan countries» [Electronic resource] / I. Muger. — Istanbul, 2019. — Available at : <https://www.bis.org/review/r190327d.pdf>.
6. Weidmann J. Central bank communication as an instrument of monetary policy [Electronic resource] / J. Weidmann // *Centre for European Economic Research, Mannheim*. — 2018. — Available at : <https://www.bis.org/review/r180511a.pdf>.
7. Smaghi B. L. The value of central bank communication [Electronic resource] / L. B. Smaghi. — 2007. — Available at : https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2007/html/sp071120_2.en.html.
8. Hansen S. The nature and effectiveness of central-bank communication [Electronic resource] / S. Hansen, M. McMahon. — 2016. — Available at : <https://voxeu.org/article/nature-and-effectiveness-central-bank-communication>.
9. Sanusi A. R. Signaling effects of monetary policy in Nigeria: Evidence from the new central bank of Nigeria's communication regime / A. R. Sanusi // *Paper presented at the 52nd Annual Conference of the Nigerian Economics Society*. — 2012.
10. Woodford M. Central-Bank Communication and Policy Effectiveness Presented at the Federal Reserve Bank of Kansas City / M. Woodford // *Symposium «The Greenspan Era: Lessons for the Future»*. — Wyoming : Jackson Hole, 2005.



11. Міщенко В. Комунікаційна політика центрального банку [Електронний ресурс] / В. Міщенко, В. Крилова, М. Ніконова // Вісник Національного банку України. — 2015. — Січень. — Режим доступу : [Vnbu_2015_1_4%20\(1\).pdf](https://vnbu_2015_1_4%20(1).pdf).
12. Другов О. Сучасні аспекти формування довіри населення до Національного банку України / О. Другов // Вісник НБУ. — 2013. — № 1. — С. 32—35.
13. Громадська думка: виборчі рейтинги і рейтинги довіри [Електронний ресурс] / Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. — 2017. — Грудень. — Режим доступу : <https://dif.org.ua/article/rejtingijfojseoj8567547>.
14. Ставлення громадян України до суспільних інститутів, електоральні орієнтації: результати соціологічного дослідження [Електронний ресурс] / Центр ім. О. Разумкова. — 2017. — 18 травня. — Режим доступу : <http://razumkov.org.ua>.
15. The World Economic Forum [Electronic resource]. — Available at : <https://www.weforum.org>.
16. Iacob (Bâra) R. Trust and Transparency: Perspectives upon the Communication of the National Bank of Romania during the Financial Crisis / R. Iacob (Bâra) // *Management Dynamics in the Knowledge Economy*. — 2018. — Vol. 6. — № 1. — P. 129—144.
17. Bholat D. Enhancing central bank communications with behavioural insights / D. Bholat, N. Broughton, A. Parker // *Staff Working Paper Bank of England*. — 2018. — № 750.

References

1. Repko, M. (2018). *Koly prohnozy tsentrobanku ne zbihaiutsia iz realnistiu, vin ryzykuie vtratyty doviru [When the forecasts of the central bank do not coincide with reality, it risks losing credibility]*. Retrieved from https://lb.ua/economics/2018/04/13/395220_golovniy_ekonomist_nordbank_koli.html. 2018 [in Ukrainian].
2. Binder, C. (2017). Fed speak on main street: Central bank communication and household expectations. *Journal of Macroeconomics*, 52, 238—251.
3. Natsionalnyi bank Ukrainy. (2018, 30 October). *Osnovni polozhennia Stratehii komunikatsii Natsionalnoho banku Ukrainy [Key provisions of the Communications Strategy of the National Bank of Ukraine]*. Retrieved from <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=86613616> [in Ukrainian].
4. Central Bank Communication at Times of Non-Standard Monetary Policies. (2018, September). *Monetary Dialogue*. Retrieved from http://www.europarl.europa.eu/cmsdata/153223/CASE_final.pdf.
5. Mugur, I. (2019). Central bank communication as a policy tool — an ongoing challenge «The 41th Meeting of the Central Banks Governors' Club of the Central Asia, Black Sea region and Balkan countries». Istanbul. Retrieved from <https://www.bis.org/review/r190327d.pdf>.
6. Weidmann, J. (2018). Central bank communication as an instrument of monetary policy. Centre for European Economic Research, Mannheim. Retrieved from <https://www.bis.org/review/r180511a.pdf>.
7. Smaghi, B. L. (2007). The value of central bank communication. Retrieved from https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2007/html/sp071120_2.en.html.
8. Hansen, S., & McMahon, M. (2016). The nature and effectiveness of central-bank communication. Retrieved from <https://voxeu.org/article/nature-and-effectiveness-central-bank-communication>.
9. Sanusi, A. R. (2012). Signaling effects of monetary policy in Nigeria: Evidence from the new central bank of Nigeria's communication regime. Paper presented at the 52nd Annual Conference of the Nigerian Economics Society.
10. Woodford, M. (2005). Central-Bank Communication and Policy Effectiveness Presented at the Federal Reserve Bank of Kansas City. Symposium «The Greenspan Era: Lessons for the Future». Wyoming: Jackson Hole.
11. Mischenko, V., Krylova, V., & Nikonova, M. (2015, January). *Komunikatsiina polityka tsentralnoho banku [Communication Policy of the Central Bank]*. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy — Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 1. Retrieved from [https://vnbu_2015_1_4%20\(1\).pdf](https://vnbu_2015_1_4%20(1).pdf) [in Ukrainian].
12. Dryhov, O. (2013). *Suchasni aspekty formuvannia dovery naselennia do Natsionalnoho banku Ukrainy [Modern aspects of building public confidence in the National Bank of Ukraine]*. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy — Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 1, 32—35 [in Ukrainian].
13. Fond «Demokratychni initsiatyvy» imeni Ilka Kucheriva. (2017, December). *Hromadska dumka: vyborchi reitynhy i reitynhy dovery [Public Opinion: Election Ratings and Trust Ratings]*. Retrieved from <https://dif.org.ua/article/rejtingijfojseoj8567547> [in Ukrainian].
14. Tsentri im. O. Razumkova. (2017, May 18). *Stavlennia hromadian Ukrainy do suspilnykh instytutiv, elektoralni oriientatsii: rezultaty sotsiologichnoho doslidzhennia [Attitude of citizens of Ukraine to public institutions, electoral orientations: results of sociological research]*. Retrieved from <http://razumkov.org.ua> [in Ukrainian].
15. The World Economic Forum. (n. d.). *www.weforum.org*. Retrieved from <https://www.weforum.org>.
16. Iacob (Bâra), R. (2018). Trust and Transparency: Perspectives upon the Communication of the National Bank of Romania during the Financial Crisis. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 1 (6), 129—144 [in Romania].
17. Bholat, D., Broughton, N., & Parker, A. (2018). Enhancing central bank communications with behavioural insights. *Staff Working Paper Bank of England*, 750.