

Министерство образования Республики Беларусь  
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей  
III Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г.)

Новополоцк  
Полоцкий государственный университет  
2019

**Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты**  
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.*

Компьютерный дизайн обложки М. С. Мухоморовой.  
Технический редактор Т. А. Дарьянова, О. П. Михайлова.  
Компьютерная верстка И. Н. Чапкевич.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь  
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

## УПРАВЛЕНИЕ ИНФЛЯЦИОННЫМИ ОЖИДАНИЯМИ И КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ

**О.В. Рыжковская**, канд. экон. наук

Национальный банк Республики Беларусь, Минск

Национальный банк Республики Беларусь планирует в среднесрочной перспективе перейти к новому режиму монетарной политики: таргетированию инфляции. Такой способ проведения политики нацелен на обеспечение ценовой стабильности, как основного условия обеспечения устойчивых, сбалансированных темпов экономического роста.

Для успешности такого перехода и эффективности реализации новой монетарной политики требуется пристальное внимание уделять вопросу формирования и управления инфляционными ожиданиями экономических агентов со стороны Национального банка. Сложность такого управления поведенческими характеристиками будет определяться во-многом тем, какие ожидания: адаптивные или рациональные преобладают в экономике. Если экономическое прошлое было сопряжено с исторически высокой инфляцией и невысоким доверием к монетарным властям, скорее всего будут сильны адаптивные ожидания, формирующиеся на основе прошлой инфляции и определяющие во-многом ее инерционность. А это те ожидания, на которые центральный банк не может оказывать влияние, так как они уже во-многом сформировали фактическую, т.е. прошлую инфляцию. При таргетировании инфляции речь идет об управлении будущими ожиданиями и проведении так называемой вперед смотрящей монетарной политики.

Таргетирование инфляции – это механизм управления инфляционными ожиданиями через повышения доверия к центральному банку. Основным инструментом воздействия на ожидания выступает коммуникационная политика. Можно сказать, что политика таргетирования инфляции по сути является политикой правильно выстроенной коммуникации с участниками рынка. Грамотно выстроенная коммуникация позволяет в свою очередь, влиять на инфляционные ожидания, сближая точность инфляционного прогноза экономических агентов с целью (таргетом) по инфляции.

Для управления ожиданиями надо правильно их понимать и оценивать, так как они во-многом будут формировать будущую траекторию инфляции. Следовательно, нужны инструменты для оценки таких ожиданий, чтобы понимать, насколько ожидания отличаются от таргета по инфляции и как их следует их правильно «заякорить», т.е. сблизить с целью.

Центральный банк также должен знать, что лежит в основе ожиданий, чтобы правильно выстроить коммуникацию с участниками рынка и соответственно сформировать их поведение. При этом агенты должны понимать, как банк будет контролировать инфляцию и эту информацию следует доносить до всех субъектов экономической жизни.

При построении коммуникационной политики важно понимание, на какую аудиторию рассчитаны информационные каналы. Анализ политики и действия центрального банка должны быть просты и доступны для восприятия. При этом банк должен прямо говорить, на что он может воздействовать, а что находится вне зон его влияния.

Важным элементом влияния на ожидания и формирования доверия к центральному банку является прозрачность в проведении политики. Когда процесс принятия решений по денежно-кредитной политике достаточно открыт и понятна его логика, а также есть знание, что будут делать монетарные власти, чтобы достичь заявленной цели, начинает формироваться доверие к политике, что в свою очередь стабилизирует инфляционные ожидания. Тем самым монетарная политика подвергается общественному контролю, формируется публичная ответственность за свои решения, что способствует повышению доверия и формирует ожидания, обеспечивающие достижение заявленной цели.

Доверие к центральному банку и проводимой им политике определяется реальными результатами его деятельности, которые соответствуют представленным общественности планам: обещания = меры политики = результат. Учитывая инерционность ожиданий, может потребоваться достаточно продолжительный период, в течение которого проводимая монетарная политика будет обеспечивать ценовую стабильность, что позволит говорить о выполнении взятых на себя центральным банком обязательств и его способности влиять на инфляционные процессы.

Транспарентная политика снижает неопределенность и информационную асимметрию, повышает предсказуемость центрального банка, увеличивает экономическое благосостояние общества благодаря более точному прогнозированию и планированию, повышает гибкость реакции экономики на шоки, повышает подотчетность центрального банка обществу.

Среди основных требований к транспарентности можно выделить:

- доступность (открытость) информации – регулятор должен в открытом доступе или по первому запросу представлять информацию о своей деятельности;
- полнота охвата информации – необходимо предоставлять достаточный объем информации, чтобы объяснить как прошлые, так и будущие меры денежно-кредитной политики, включая прогнозы будущего состояния экономики;
- своевременность информации – информация должна предоставляться с минимальным запаздыванием во времени;
- целостность информации – инструменты и каналы информационной политики должны быть совместимы друг с другом и скоординированы.

В экономической литературе выделяют два метода, с помощью которых, центральный банк транслирует рынку информацию: канал “заверений” (“reassurance” channel) и канал “детализации” (provision of details). По первому каналу центральный банк пытается убедить общественность в своих намерениях, подтвердить приверженность заявленным целям. Тем самым он стремится снизить экономическую неопреде-

ленность в краткосрочном периоде времени, пытается успокоить рынок и стабилизировать ожидания – в этом состоит смысл его “заверений”.

По второму каналу предоставляет сведения о развитии экономики, включая прогнозы, что позволяет частному сектору более эффективно и с меньшими затратами планировать деятельность. При этом следует учитывать наличие разной целевой аудитории, уровень подготовленности и знаний. Соответственно, для каждой группы следует использовать свое информационное правило: понятный и доступный инструментарий (язык) общения и способы, каналы доведения информации.

Если исходить из предположения, что чем большими знаниями в области инфляции обладают экономические агенты, т.е. чем понятнее для них инфляционные процессы, тем их умение оценить и спрогнозировать будущую инфляцию значительно выше. В таком случае, центральному банку следует задействовать такой канал воздействия на инфляционные ожидания, как повышение финансовой грамотности населения.

Все это в совокупности повышает доверие к центральному банку и проводимой монетарной политике. Умение управлять ожиданиями экономических агентов становится основным инструментом достижения цели по инфляции.

#### **Список используемых источников:**

1. Коммуникационная политика Национального банка [Электронный ресурс] // НБРБ. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/today/press/Kommunikatsionnaya-politika.pdf>.
2. Кодекс надлежащей практики по обеспечению прозрачности денежно-кредитной и финансовой политике: декларация принципов. МВФ. Принят Временным комитетом 26 сентября 1999 года. /Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.imf.org/external/np/mae/mft/code/rus/code2r.pdf>
3. Bordo, M. and Siklos, P. Central bank credibility, reputation and inflation targeting in historical perspective, NBER Working Papers, № 20693, 2014, November. – Mode of access: <https://www.nber.org/papers/w20693>.
4. Brito, S. Carriere-Swallow, Y. and Gruss, B. Disagreement about future inflation: understanding the benefits of inflation targeting and transparency / 2018, IMF Working Papers, № 18/24, January. – Mode of access: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/01/26/Disagreement-about-Future-Inflation-Understanding-the-Benefits-of-Inflation-Targeting-and-45596>.
5. Faust, Jand Svensson, L. Transparency and credibility: monetary policy with unobservable goals, International Economic Review, 2001, vol. 42, №2, May.- Mode of access: <https://www.bis.org/publ/othp30.htm>