

С. С. Осмоловец
кандидат экономических наук
БГЭУ (Минск)

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Развитие цифровых платежных систем, внедрение цифровых валют центральных банков, обращение виртуальных активов ускоряет денежный оборот и затрудняет реализацию монетарной политики. Монетарное таргетирование в условиях цифровизации денежной системы осложнено необходимостью контроля над денежными потоками. Без возможности точного

прогнозирования предпочтений ликвидности экономических субъектов и спроса на те или иные формы денег, определения скорости их движения в разных каналах денежного оборота монетарное таргетирование может осуществляться в ущерб экономическому развитию.

Таргетирование валютного курса также имеет ряд неустраиваемых недостатков, особенно при его применении в условиях цифровизации. Во-первых, при возможных рисках долларизации посредством валютных стейблкоинов и цифровых валют зарубежных центральных банков Национальный банк может частично потерять контроль над валютным рынком, тогда валютные интервенции по поддержанию курса национальной валюты на выбранном уровне станут менее эффективными. Например, в Российской Федерации в 2022 г., в период ограничения обращения иностранной валюты внутри страны, доля операций с валютными стейблкоинами в национальных криптовалютных сервисах достигала 67% общего объема сделок [1]. Во-вторых, использование валютного таргетирования требует: а) положительного сальдо платежного баланса; б) достаточного количества валютных резервов, что в настоящее время выступает серьезным ограничением по применению данного монетарного режима в Беларуси.

Изучение проблемы долларизации экономики тесно связано с доверием к национальной валюте. Доверие имеет важное значение для формирования адекватных ожиданий экономических субъектов, физических и юридических лиц. Доверие населения к политике центрального банка формируется посредством коммуникационной политики. В этой связи наибольшую актуальность приобретает коммуникационная политика центрального банка, которая должна обеспечить его взаимодействие с экономическими субъектами, формировать доверие индивидов. Коммуникационная политика центрального банка составляет ключевую роль в монетарном режиме инфляционного таргетирования. Ее значимость в составе современной денежно-кредитной политики подчеркивает Е. С. Зеленева, отмечая, что именно информационная политика способна воздействовать на завышенные инфляционные ожидания граждан [2]. При этом в условиях стремительного распространения любой информации, а также «информационного шума» пассивная коммуникационная политика может привести к игнорированию экономическими субъектами любых действий центрального банка. Поэтому в современных условиях цифровизации постепенный переход к режиму инфляционного таргетирования и усиление коммуникационной политики должны стать приоритетом денежно-кредитной политики в Беларуси.

Список использованных источников

1. The 2022 Geography of Cryptocurrency Report Chainalysis [Electronic resource]. – Mode of access: <https://go.chainalysis.com/rs/503-FAP-074/images/2022-Geography-of-Cryptocurrency.pdf>. – Date of access: 15.12.2023.
2. Зеленева, Е. С. Инфляционная грамотность населения как фактор эффективности инфляционного таргетирования / Е. С. Зеленева // Вектор экономики. – 2023. – № 9 (87).

Е. С. Пономарева

кандидат экономических наук

БГЭУ (Минск)

ВОЗМОЖНОСТЬ ПЕРЕХОДА БАНКОВ НА МОДЕЛЬ ОЖИДАЕМЫХ КРЕДИТНЫХ УБЫТКОВ

В настоящее время активное развитие мировой финансовой системы способствует росту банковских рисков, особенно в сфере кредитования. В связи с переходом банковской системы Республики Беларусь на международные стандарты в области бухгалтерского учета появилась необходимость применения в своей деятельности МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (далее – МСФО 9), в котором впервые для белорусских банков будет использоваться новый порядок учета обесценения финансовых активов.

В связи с этим актуальной тенденцией развития способов защиты от кредитного риска становится переход от традиционной бизнес-модели полученных убытков, при которой