

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

резервы создавались в недостаточном объеме и с задержкой, в пользу формирования концепции ожидаемых кредитных убытков, в соответствии с которой происходит оценка кредитного риска на основе прогнозных данных с использованием современных моделей на базе цифровых технологий.

Модель ожидаемых кредитных убытков включает три этапа создания резервов. Первый этап основан на определении ожидаемых кредитных убытков на протяжении 12 месяцев с момента первоначального признания финансового актива. Допускается, что на этом этапе финансовые активы не имеют признаков обесценения и кредитный риск по ним существенно не увеличивается. На втором этапе предполагается увеличение резерва при отсутствии обесценения финансового актива, но в случае наличия факторов значительного повышения кредитного риска, среди которых могут быть, например, образование просроченной задолженности по основному долгу или процентов, или иных платежей по договору сроком от 31 дня до 90 дней; снижение внутреннего или внешнего рейтинга кредитополучателя на два разряда и более; появление реструктуризации долга. Ожидаемые кредитные убытки рассчитываются для финансового актива на протяжении всего срока его действия. Третий этап характеризуется превращением финансового актива в реально обесцененный, при котором кредитный риск приводит не к потенциальным, а к конкретным убыткам, так как отсутствует вероятность получения будущих денежных потоков в связи с наступлением определенных событий, таких как наличие просроченной задолженности по основному долгу, или процентов, или иных платежей по договору сроком свыше 90 дней; снижение внутреннего или внешнего рейтинга кредитополучателя до уровня дефолта; введение процедуры банкротства в отношении кредитополучателя.

Построение банками модели ожидаемых кредитных убытков дает возможность спрогнозировать и получить более точную величину создаваемого резерва, что позволит максимально минимизировать кредитный риск. В то же время создание такой модели требует от банков радикальных изменений в области разработки систем для агрегированного расчета резервов на основе больших данных, реформирования организационной структуры и нахождения источников на дополнительное создание резервов в соответствии с новой моделью.

Поэтому переход белорусских банков на формирование резервов под обесценение финансового актива на основе модели ожидаемых кредитных убытков может привести к уточнению стратегических планов развития в связи с изменением подходов к кредитованию субъектов отраслей экономики, чувствительных к колебаниям экономической конъюнктуры, или повышению компенсации за риск.

**И. А. Пригодич**  
кандидат экономических наук  
ПолесГУ (Пинск)

## КОНЦЕПЦИЯ ЭКОСИСТЕМЫ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Постепенное размывание границ и центров ответственности в финансовом секторе при активном внедрении инновационных технологий и масштабной цифровизации экономических и финансовых процессов закономерно привело к формированию экосистемы банка. Вся финансовая деятельность банка проходит через призму системности организации не только традиционно банковской деятельности, но и сопутствующих ей сфер.

Аспекты экономической системы широко изучались К. Марксом, Ф. Энгельсом, М. Вебером, Дж. Р. Хиксом и др. Экосистемный подход к банку в настоящее время можно рассматривать как естественную эволюцию теории предпринимательства, который представляет собой форму организации и поддержки банковской деятельности, обеспечивающую координацию процесса взаимодействия всех хозяйствующих субъектов посредством кооперации на основе финансовой платформы банка.

Понятие системы развивается на протяжении длительного периода времени (более 2,5 тыс. лет). Первоначальное видение системы было сформулировано Аристотелем и базировалось на совокупности элементов, которые взаимодействуют друг с другом и образуют некую целостность, упорядоченность и единство.