

**T. Maiboroda
N. Konchevskaya**
BSEU (Minsk)

COMMUNICATION POLICY AS A WAY TO MANAGE INFLATION EXPECTATIONS

The article examines the economic, institutional and informational determinants of inflationary expectations, ways of managing them. The analysis of the communication policy of the central bank is carried out and the mechanism of its impact on the economy is described. The mechanism of the impact of communication policy on the target inflation rate through such parameters as independence, transparency and accountability of the central bank, and the level of institutional trust is presented. On the basis of the experiment carried out, the analysis of the complexity of the summary reports on inflation of the National Bank was performed; the degree of understanding of information from reports in different formats was analyzed; the ways of improving the communication of the National Bank of the Republic of Belarus with the population are proposed.

Keywords: inflation expectations; communication policy; central bank independence; transparency; accountability; trust; behavioral economics; experiment.

Т. Л. Майборода
кандидат экономических наук, доцент
Н. Н. Кончевская
магистр
БГЭУ (Минск)

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ИНФЛЯЦИОННЫМИ ОЖИДАНИЯМИ

В статье рассмотрены экономические, институциональные и информационные детерминанты инфляционных ожиданий, способы управления ими. Проведен анализ коммуникационной политики центрального банка и описан механизм ее воздействия на экономику. Представлен механизм воздействия коммуникативной политики на целевой уровень инфляции через такие параметры, как независимость, транспарентность и подотчетность центрального банка, уровень институционального доверия. На основе проведенного эксперимента проведен анализ сложности кратких отчетов по инфляции Национального банка; проанализирована степень понимания информации из отчетов в разных форматах; предложены пути совершенствования коммуникации Национального банка Республики Беларусь с населением.

Ключевые слова: инфляционные ожидания; коммуникационная политика; независимость центрального банка; транспарентность; подотчетность; доверие; поведенческая экономика; эксперимент.

В настоящее время в Республике Беларусь действует режим монетарного таргетирования, однако Национальным банком по примеру многих развитых стран был взят курс на переход к режиму таргетирования инфляции, которое предполагает достижение конечной цели — целевого уровня инфляции — через управление инфляционными ожиданиями.

Инфляционные ожидания особенно важны для центральных банков в странах с развивающейся или переходной экономикой, поскольку в этих странах они значительно выше, чем в странах с развитой экономикой, а управлять ими намного сложнее.

Инфляционные ожидания влияют на краткосрочные и долгосрочные макроэкономические показатели. В частности, при росте инфляционных ожиданий или увеличении неопределенности относительно будущей инфляции негативное влияние может быть

оказано на соотношение фактического и потенциального уровней выпуска, безработицу, процентные ставки, объем инвестиций, покупательную способность накоплений домохозяйств, долгосрочный темп роста экономики.

В настоящее время подходы к оценке инфляционных ожиданий базируются на классическом определении инфляции как «устойчивого повышения общего уровня цен на товары и услуги в течение определенного периода времени» и инфляционных ожиданий как «представления или прогноза относительно будущей общей траектории темпов роста цен на отдельные товары и услуги или их группы» [1]. Тем не менее к настоящему времени еще не создано окончательной теории инфляционных ожиданий. На современном этапе инфляционные ожидания рассматриваются, скорее, как многофакторный процесс.

На основании отечественного и зарубежного опыта авторами разработана наиболее общая классификация детерминант инфляционных ожиданий.

Так, факторы, оказывающие влияние на инфляционные ожидания, можно разделить на следующие группы:

1. Экономические факторы [2, с. 13]:

- общая экономическая конъюнктура;
- уровень инфляции;
- курс национальной валюты;
- ситуация на рынке труда и уровень доходов населения;
- устойчивость финансового сектора.

2. Институциональные факторы [2–4]:

- прозрачность денежно-кредитной политики, проводимой центральным банком;
- независимость центрального банка;
- подотчетность центрального банка;
- доверие к центральному банку со стороны населения.

3. Информационные факторы:

- коммуникационная политика центрального банка;
- новости в СМИ на экономическую тематику;
- информационный фон и эмоциональная окраска сообщений и комментариев;
- частота появления определенных слов («инфляция», «цень», «неопределенность» и т.д.) в новостях.

Как было отмечено выше, инфляционные ожидания занимают важное место в трансмиссионном механизме денежно-кредитной политики. Так, существует ряд каналов воздействия данного фактора на экономику.

Наиболее очевидным следствием повышения инфляционных ожиданий является решение домохозяйств о приобретении товаров впрок. Потребление увеличивается, сбережения населения уменьшаются, что приводит к повышению внутреннего спроса и оказывает повышающее давление на уровень цен.

Еще одним, но менее очевидным следствием повышения инфляционных ожиданий является требование населением индексации заработной платы и дальнейшее ее повышение при наличии переговорной силы. Более высокий уровень доходов позволяет населению больше потреблять, что также приводит к повышению внутреннего спроса и уровня цен в экономике.

Для экономики значительными являются и инфляционные ожидания предприятий. Так, если предприятия ожидают повышение инфляции, они ожидают и изменение условий по контрактам с поставщиками на покупку сырья и материалов и меняют условия по контрактам с продавцами в сторону повышения цен произведенной продукции.

В этой связи возникает необходимость разработки центральным банком мер по закреплению и регулированию инфляционных ожиданий как населения, так и предприятий.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что управление инфляционными ожиданиями возможно различными способами. Анализ подходов центральных банков раз-

личных стран к управлению инфляционными ожиданиями свидетельствует о том, что основными категориями, информация о которых оказывает влияние на инфляционные ожидания, выступают цены на энергоресурсы и топливо, потребительские цены, денежно-кредитная политика, курс национальной валюты, доходы, общая экономическая ситуация в стране. При этом основная роль отводится коммуникационной политике центрального банка, повышающей прозрачность проводимой монетарной политики.

Что касается Республики Беларусь, то на данный момент Национальным банком Республики Беларусь предпринимается ряд мер, направленных на снижение и регулирование инфляционных ожиданий:

- проводятся мероприятия по повышению финансовой грамотности населения;
- публикуется целевое и фактическое значение инфляции;
- проводится всесторонний анализ изменения потребительских цен в СМИ, акцентируется внимание населения не только на росте цен, но и на том, что по некоторым позициям цены не изменились или снизились;
- осуществляется взаимодействие с другими органами государственного управления в целях совершенствования политики административного ценового регулирования.

При этом перспективным направлением политики управления инфляционными ожиданиями является совершенствование коммуникационной политики и повышение прозрачности денежно-кредитной политики Национального банка Республики Беларусь.

В основе эффективной коммуникационной политики лежит ряд взаимосвязанных факторов, которые также являются промежуточным звеном в многоступенчатом механизме воздействия на экономические показатели, в частности инфляцию.

Так, первым и одним из наиболее важных факторов является *независимость* центрального банка. Следует отметить, что в настоящее время в литературе нет четкого и общепринятого определения данного термина. Обычно под независимостью понимают способность центрального банка самостоятельно принимать решения по денежно-кредитной политике, не подвергаясь влиянию других заинтересованных лиц, которые хотели бы дешевого рефинансирования для своих отраслей, или банкиров, желающих избавиться от пристального надзора [5].

Необходимость достаточного уровня независимости центрального банка для проведения эффективной монетарной политики находит подтверждение во многих научных работах. Так, исследователи отмечают наличие обратной зависимости между независимостью центрального банка и уровнем инфляции, а также ее волатильностью, так как независимость предоставляет центральным банкам больше возможностей при выборе тактики и позволяет быстрее реагировать на отклонения инфляции от целевого уровня.

Наряду с независимостью важной характеристикой проводимой центральным банком политики является *прозрачность*, или *транспарентность*, под которой понимается раскрытие всем заинтересованным лицам целей деятельности центрального банка, его правовых, институциональных и экономических основ, принципиальных решений и их обоснования, данных и информации, связанных с денежно-кредитной политикой и банковским регулированием, а также условий подотчетности в полном объеме, в доступной форме и на своевременной основе [5, с. 496].

В целом прозрачность деятельности центрального банка приносит ряд выгод:

- снижение неопределенности и информационной асимметрии;
- повышение предсказуемости денежно-кредитной политики;
- увеличение экономического благосостояния общества благодаря точному прогнозированию и планированию;
- уменьшение инфляционной инерции;
- повышение гибкости реакции экономики на шоки;
- улучшение репутации центрального банка и повышение доверия к его политике [5, с. 505].

Среди наиболее важных выгод от транспарентности следует отметить повышение *подотчетности* центрального банка обществу. Она является важным аспектом в вопросе независимости денежных властей. Раскрытие информации стимулирует регулятора действовать в интересах общества и нести ответственность за принятые обязательства. В свою очередь, при улучшении практики раскрытия информации регулятор может рассчитывать на поддержку своей независимости со стороны общества.

В долгосрочной перспективе высокая степень прозрачности в совокупности с подотчетностью и независимостью при помощи эффективной коммуникационной политики не только способствует успешному выполнению задач, стоящих перед центральными банками, но и в конечном итоге повышает доверие населения к денежной власти.

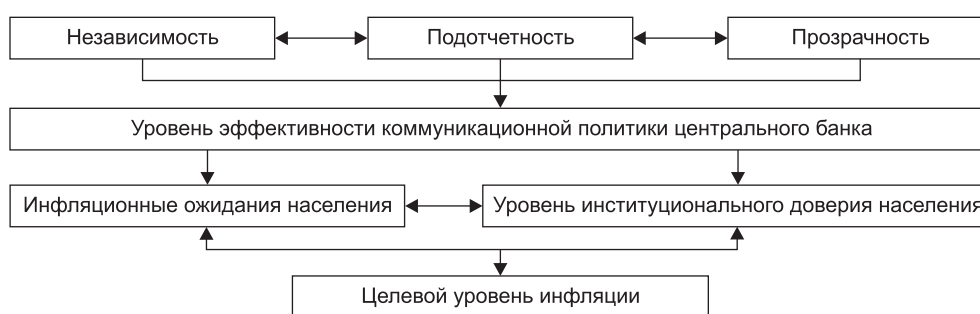
В широком смысле *доверие* — это позитивное ожидание по отношению к институтам, которое формируется на основе межсубъектной интерпретации и достигнутых соглашений. Позитивность ожиданий включает представления о надежности, приемлемом уровне риска, а также общем для агентов видении или описании будущего [6, с. 7].

Применительно к денежно-кредитной политике доверие может быть определено как уверенность частного сектора в том, что денежные власти успешно достигнут намеченных целей. Чем выше доверие и весомее репутация центрального банка, тем эффективнее он решает поставленные задачи [6].

Доверие повышает предсказуемость эффектов от принятия властями тех или иных решений, в то время как отсутствие доверия закономерно ведет к снижению интенсивности институциональных взаимодействий, а у участников рынка возникают сомнения относительно последовательности денежно-кредитной политики, ее мотивов и профессионализма руководства. Для поддержания репутации и доверия центральные банки делают вложения в программы и процедуры, обеспечивающие высокие этические стандарты.

Немаловажным звеном в механизме воздействия коммуникативной политики на инфляцию являются инфляционные ожидания, которые определяются как представления или прогноз относительно будущей общей траектории темпов роста цен на отдельные товары и услуги или их группы.

Влияние вышеописанных факторов и взаимосвязей на достижение центральным банком конечной цели отражено на рисунке.



Механизм воздействия коммуникативной политики на инфляцию

Источники: разработано авторами.

Так, являясь взаимосвязанными компонентами, независимость, подотчетность и транспарентность повышают уровень эффективности коммуникативной политики центрального банка.

Коммуникативная политика обеспечивает взаимодействие центрального банка с населением и служит одним из ключевых источников формирования доверия к денежной власти.

Доверие и честная коммуникация снижают индивидуальную неопределенность в отношении будущей инфляции, способствуя общественному доверию к будущей стабильности цен и закреплению инфляционных ожиданий среди широкой общественности. Закоренные и стабильные инфляционные ожидания обеспечивают более высокую эффективность применения других мер ДКП и снижают чувствительность экономики к резким изменениям инфляции [3, 7].

Инфляционные ожидания в значительной степени определяют динамику самой инфляции: именно на основе своих ожиданий население принимает решения о сбережении и потреблении, предприятия — о заработной плате и ценах, а участники финансовых рынков формируют цены на активы. Следует отметить, что в долгосрочном периоде наблюдается инверсия причинно-следственных связей в отношении данного фактора, так как фактическая инфляция является источником инфляционных ожиданий. Соответствие фактического уровня инфляции целевому, в свою очередь, является сигналом для населения о том, что регулятор справляется с поставленной задачей, а это повышает доверие к нему.

Следует отметить, что в Национальном банке проводится политика открытых и инициативных коммуникаций, которая предполагает двусторонний диалог с целевой аудиторией. Целевыми аудиториями Национального банка являются социальные группы с различными уровнями экономических знаний, которые по-разному воспринимают информацию как с точки зрения языкового оформления, так и формы ее подачи, а именно:

- физические лица;
- юридические лица и индивидуальные предприниматели;
- профессиональные участники финансового рынка (банки, небанковские кредитно-финансовые, лизинговые и микрофинансовые организации, форекс-компании);
- представители аналитических, исследовательских, научных, образовательных учреждений и организаций;
- средства массовой информации.

Наличие различных групп целевой аудитории указывает на необходимость формирования дифференцированных каналов коммуникации, подходящих для каждой из них. Так, например, следует учитывать сложность публикуемых текстов и необходимость адаптации их для широкой аудитории.

Коммуникация между центральными банками и общественностью может подвергаться влиянию когнитивных искажений, которые объясняются тем, что центральные банки могут управлять ожиданиями частного сектора через передачу информации о своей деятельности, а действенность и результативность этих процессов возможна только при условии, что субъекты экономики адекватно воспринимают информацию.

Коллектив центра поведенческой экономики MeMicroMacro провел эксперимент по совершенствованию отчетов по изменению уровня инфляции Национального банка Республики Беларусь. Гипотеза заключалась в том, что использование для коммуникации с населением упрощенных отчетов и пресс-релизов, написанных научно-популярным языком и содержащих схемы и инфографику, улучшит их восприятие и, как следствие, приведет к повышению финансовой грамотности населения.

Частая проблема представления информации в виде текстов состоит в том, что некоторые темы могут быть сложны для понимания, возникает необходимость проверки, насколько хорошо эти тексты могут быть усвоены даже неподготовленными читателями. Для оценки качества текста здесь используются такие показатели, как индекс Флеша — Кинкейда, индекс удобочитаемости по Флешу. Для анализа сложности квартальных отчетов были использованы следующие показатели и их нормативные значения:

- рекомендуемая «заспамленность», т.е. частота употребления одного и того же слова/фразы относительно объема всего текста, меньше 3,5;
- рекомендуемая «водянистость», т.е. процентное соотношение не несущих смысловой нагрузки слов к полезным в тексте, меньше 10 %;
- высокое качество текста по закону Ципфа. Закон Ципфа утверждает, что если упорядочить все слова в тексте по уменьшению частоты их использования, то частота n -го слова будет обратно пропорциональной его рангу (порядковому номеру n). Чем выше процент данного показателя, тем проще текст для восприятия.

Проанализировав отчеты по инфляции за каждый квартал 2018–2020 гг., можем сделать следующие выводы:

- показатель «заспамленности» текста во всех отчетах колеблется от 10,2 до 13, что выше рекомендованного значения данного показателя;
- показатель «водянистости» текста колеблется в пределах 2–3 %, поэтому можем сказать, что количество не несущих смысловой нагрузки слов мало, что характерно для узкоспециализированного текста, такого как отчет по инфляции;
- показатель качества текста по закону Ципфа колеблется в пределах от 29 до 37 %, что создает пространство для упрощения данных отчетов с целью повышения уровня их понятности для широкой аудитории.

В рамках лабораторного эксперимента участники читали упрощенные отчеты по инфляции, распределенные между ними случайным образом, затем проходили опрос на понимание прочитанного материала. Результаты участников групп воздействия сравнивались с результатами контрольной группы, которые читали оригинальный текст отчета по инфляции, подготовленный специалистами НБ РБ. На основе полученных результатов можно сделать вывод о целесообразности применения использованных подходов в коммуникационной политике.

В эксперименте принимали участие студенты 1-го курса Белорусского государственного экономического университета в рамках одной очной сессии в 30 мин. Были подготовлены в электронном виде в компьютерном классе три варианта текстов (один краткий оригинальный отчет и две презентации для групп воздействия), анкета и инструкция для участников. Участники должны были внимательно изучить свой вариант текста один раз в течение 10–15 мин, затем закрыть файл с текстом и удалить его с учебного компьютера, чтобы было невозможно подсмотреть правильные ответы при прохождении анкеты. Нельзя было переговариваться с соседями при прочтении текста и заполнении анкеты, а также искать ответы в сети Интернет.

В результате проверки участников на понимание прочитанного текста было выявлено, что среднее количество правильных ответов у контрольной группы составило 67,5 %; у первой группы воздействия — 71,9 %; у второй — 72,1 %.

Более детальный анализ ответов на отдельные вопросы предоставляет интересную информацию о работе участников с текстами и освоением материала, представленного в них. Например, 3-й вопрос был ключевым для понимания, произошла ли подгонка значений о текущем уровне инфляции к указанной в отчете величине. Здесь формат презентаций позволил более ярко донести эту информацию до участников (разница в 13–15 % правильных ответов). С другой стороны, анализ однородности роста инфляции был более понятен в базовом отчете (разница в 16–26 % правильных ответов). В результате нельзя сказать, что формат презентации однозначно более предпочтителен для таких читателей, как студенты экономического вуза, нужна дальнейшая работа в этом направлении.

Таким образом, гипотеза подтверждена частично, разрыв в понимании слишком мал и неоднозначен, нужны повторные уточняющие эксперименты. Можно предположить, что ряд вопросов анкеты оказался слишком простым для участников. Кроме того, можно проверить на понимание полный отчет из 9 страниц, а не его сокращенный вариант в 2 страницы. Вполне возможно, что после прочтения полного отчета и более емких

презентаций ответы участников будут хуже из-за слишком большого объема новой информации. В перспективе необходимо уточнить целевую группу этих отчетов и провести полевой эксперимент с представителями этой группы. Специалистам Национального банка имеет смысл разработать или использовать адаптированные, более продвинутое методы проверки сложности экономических текстов, например на основе обучения нейронных сетей [8, с. 3].

Авторы считают целесообразным использовать формат кратких, ярких презентаций в фирменных цветах Национального банка для социальных сетей и размещать их вместе с традиционным базовым отчетом в качестве альтернативы, а также на сайте финансовой грамотности и других научно-популярных порталах.

Источники

1. *Detmeister, A.* Inflation Perceptions and Inflation Expectations [Electronic resource] / A. Detmeister, D. Lebow, E. Peneva // Board of Governors of the Federal Reserve System. — Mode of access: <https://www.federalreserve.gov/econresdata/notes/feds-notes/2016/inflation-perceptions-and-inflation-expectations-20161205.html>. — Date of access: 01.05.2021.
2. *Годес, Н.* Подходы к оценке и управлению инфляционными ожиданиями / Н. Годес // Банк. вестн. — 2019. — № 11. — С. 10–18.
3. *Godes, N.* Approaches to assessment and management of inflation expectations / N. Godes // Bank Bull. — 2019. — № 11. — P. 10–18.
4. Trust in the central bank and inflation expectations / D. Christelis [et al.] // Working Paper. — 2016. — № 537. — 27 p.
5. *Евдокимова, Т.* Влияние степени закоренности инфляционных ожиданий и прозрачности денежно-кредитной политики на инфляцию в период нестабильности на развивающихся рынках летом 2018 г. / Т. Евдокимова, Г. Жирнов, И. Клавер // Деньги и кредит. — 2019. — Т. 78, № 3. — С. 71–88.
6. *Evdokimova, T.* Influence of the degree of anchoring of inflationary expectations and transparency of monetary policy on inflation during the period of instability in emerging markets in the summer of 2018 / T. Evdokimova, G. Zhirnov, I. Klaver // Money and Finance. — 2019. — Vol. 78, № 3. — P. 71–88.
7. *Моисеев, Р. С.* Денежно-кредитная политика: теория и практика : учеб. пособие / Р. С. Моисеев. — М. : Моск. финансово-пром. акад., 2011. — 784 с.
8. *Moiseev, R. S.* Monetary policy: theory and practice : study guide / R. S. Moiseev. — Moscow : Moscow Financial and Industr. Acad., 2011. — 784 p.
9. *Майборода, Т. Л.* Поведенческие подходы центральных банков к реализации денежно-кредитной политики / Т. Л. Майборода // Банк. вестн. — 2019. — № 6. — С. 7–13.
10. *Mayboroda, T. L.* Behavioral approaches of central banks to the implementation of monetary policy / T. L. Mayboroda // Bank Bull. — 2019. — № 6. — P. 7–13.
11. *Левенков, А.* Концепция независимости центрального банка: теория и практика / А. Левенков // Банк. вестн. — 2018. — № 12. — С. 18–25.
12. *Levenkov, A.* The concept of independence of the central bank: theory and practice / A. Levenkov // Bank Bull. — 2018. — № 12. — P. 18–25.
13. *Евстигнеева, А.* Оценка ясности коммуникации Банка России по денежно-кредитной политике с помощью нейронных сетей / А. Евстигнеева, М. Сидоровский // Деньги и кредит. — 2021. — № 3. — С. 3–33.
14. *Evstigneeva, A.* Assessment of Clarity of Bank of Russia Monetary Policy Communication by Neural Network Approach / A. Evstigneeva, M. Sidorovskiy // Money and Finance. — 2021. — № 3. — P. 3–33.

Статья поступила в редакцию 10.12.2021 г.