*Сводная информация к пункту 2*

*повестки дня 48-го заседания Евразийского совета центральных (национальных) банков*

**ИНФОРМАЦИЯ**

**О роли коммуникации при реализации денежно-кредитной политики центральных (национальных) банков– участников ЕСБ в режиме таргетирования инфляции**

1. ***Коммуникационная политика центрального банка.***
2. *Цель и задача (или принципы) коммуникационной политики.*

**Республика Армения.** Цель коммуникации – улучшение обратной связи с заинтересованными сторонами посредством обеспечения ясности политики и достижения высокого уровня авторитета. Тем самым обеспечения понимания стратегии, политики и функций, а также оценки влияния и эффективности Центрального Банка.

**Республика Беларусь.** Цель коммуникации – повышение уровня доверия к Национальному банку как государственному органу, реализующему открытую, последовательную и понятную политику по поддержанию ценовой стабильности, обеспечению стабильности банковской системы Республики Беларусь и эффективного, надежного и безопасного функционирования платежного рынка Республики Беларусь и оказания платежных услуг.

Достижение указанной цели обеспечивается посредством решения следующих задач:

- повышение уровня осведомленности общественности об основных целях и задачах деятельности Национального банка, способах их достижения, подходах к реализации Национальным банком своих полномочий и выполнению возложенных на него функций;

- обеспечение максимально полного и своевременного информирования общественности о принимаемых Национальным банком решениях с разъяснением их мотивов и предполагаемого влияния на экономику, финансовый сектор и его участников;

- содействие повышению общего уровня экономической и финансовой грамотности населения, формированию у основных целевых аудиторий более глубокого представления об экономических явлениях и событиях;

- выстраивание эффективных коммуникаций с основными целевыми аудиториями на основе анализа их потребностей в получении информации о деятельности Национального банка и особенностей восприятия ими указанной информации;

- совершенствование внутренних коммуникаций в целях повышения вовлеченности работников Национального банка в процесс реализации Коммуникационной политики и их заинтересованности в достижении ее основной цели;

- осуществление регулярного анализа и оценки эффективности и результативности существующих систем внутренних и внешних коммуникаций в целях выявления сильных и слабых сторон действующей Коммуникационной политики и совершенствования подходов к ее реализации.

**Республики Казахстан.** Цель коммуникации – обеспечение прозрачности и понимание мер, которые предпринимаются для достижения основной цели – ценовой стабильности. К основным задачам коммуникационной политики можно отнести следующие:

- обеспечение прозрачности: Национальный Банк сообщает общественности о своих мероприятиях, принимаемых для реализации своей цели. Это позволяет поддерживать доверие со стороны общественности и укреплять его репутацию;

- разъяснение денежно-кредитной политики: Национальный Банк ясно объясняет свои действия, решения и планы в области денежно-кредитной политики, чтобы общественность могла лучше понять, как он достигает своих целей и как его действия могут повлиять на экономику;

- постоянная общественная информированность: Национальный Банк предоставляет регулярную и точную информацию о состоянии экономики, а также об изменениях, которые происходят в денежно-кредитной политике;

- повышение финансовой грамотности: Национальный Банк формирует различные тематические материалы, чтобы помочь населению лучше понимать экономические процессы и принимаемые решения;

- сотрудничество с другими государственными организациями: Национальный Банк налаживает сотрудничество с другими организациями и ведомствами по различным направлениям, чтобы обеспечить более эффективную коммуникацию и координацию мер.

**Кыргызская Республика.** В настоящее время разрабатывается новая Коммуникационная политика.

Согласно ей, цель коммуникации – повышение уровня доверия к Национальному банку как государственному органу, реализующему открытую последовательную и понятную политику в рамках реализации функций и задач, определенных конституционным законом Кыргызской Республики «О Национальном банке Кыргызской Республики».

**Задачами Политики являются**:

- достижение общественного понимания роли и функций Национального банка;

- информирование общественности относительно состояния и перспектив развития денежно-кредитной, банковской и платежной сферы;

- обеспечение своевременного информирования общественности о принимаемых Национальным банком решениях;

- обеспечение обратной связи от общества.

**Основополагающий принцип Политики**: чем выше уровень общественного понимания роли и функций Национального банка как центрального банка, тем эффективней будет проводимая им политика.

Политика Национального банка направлена не только на информирование общественности, но и на создание и поддержание эффективной системы двусторонних коммуникаций: информационный поток от Национального банка в направлении получателей информации, с одной стороны, и, с другой стороны, процесс принятия, анализа и интерпретации поданной информации, и формирование запланированных ожиданий в отношении проводимой Национальным банком политики.

Принципами Политики являются:

- принцип открытости, подразумевающий готовность и способность взаимодействовать с любой аудиторией для обсуждения их предложений и комментариев;

- принцип проактивности, предполагающий установление и динамичное развитие контактов со всеми представителями общества посредством создания и распространения сообщений, изложенных доступным образом и с учетом разного уровня восприятия, образования и возраста получателей информации;

- принцип полноты охвата информации, означающий, что Национальный банк намерен предоставлять информацию, достаточную для того, чтобы сформировать у заинтересованных лиц наиболее полное представление по тому или иному вопросу;

- принцип «одна позиция разными голосами», согласно которому работники Национального банка, участвующие во внешнем коммуникационном процессе, обязаны в своих публичных выступлениях высказывать единую и последовательную позицию по обсуждаемому вопросу исключительно в рамках настоящей Политики;

- принцип «создание сообщения, а не информационного шума»;

- принцип равного доступа к информации, предназначенной для участников финансового рынка;

- принцип обратной связи, предполагающий налаживание обратной связи и проведение на регулярной основе анализа реакции, поступающей от общества, с целью определения эффективности коммуникационных мероприятий и внесения корректив в используемые подходы и инструменты;

- принцип централизации управления коммуникационным процессом уполномоченным структурным подразделением Национального банка на систематической и постоянной основе.

**Российская Федерация.**

В режиме таргетирования инфляции (далее ­– ИТ) основной целью коммуникаций является управление ожиданиями экономических агентов для достижения основной цели ИТ ­– поддержания ценовой стабильности.

Банк России выделяет следующие сопутствующие цели информационной политики:

- обеспечение подотчетности центрального банка обществу через предоставление гражданам доступа к как можно более полной информации о принятии решений;

- внесение вклада в обеспечение финансовой стабильности, других целей центрального банка;

- обеспечение высокого уровня доверия общества к центральному банку;

- повышение финансовой грамотности широких групп населения.

В качестве принципов коммуникации Банк России использует следующие:

- Объяснение (Explanation). Для достижения целей информационной политики экономические агенты должны хорошо понимать логику действий центрального банка.

- Вовлечение (Engagement). Форма коммуникации и её содержание должны соответствовать аудитории. Понятные примеры, а также использование видео, подкастов, визуальных форматов позволяет эффективнее достигать целей коммуникации.

- Обучение (Education). Более рациональное экономическое поведение снижает риски паники на потребительском рынке и формирует более здоровую финансовую среду.

Банк России не имеет отдельного документа о стратегии коммуникации, где были бы закреплены цель, задачи и принципы информационной политики. Вместе с тем, в Основных направлениях денежно-кредитной политики информационная открытость закреплена в качестве одного из принципов ДКП, а коммуникация – как ее инструмент.

**Республика Таджикистан.** Цель коммуникации – прозрачность проводимой денежно-кредитной политики путем повышения осведомлённости, доверия и финансовой грамотности населения и самое главное ясности для участников рынка для их принятия дальнейших действий. Важно отметить значимость возможного формирования у населения уровня инфляционных ожиданий путем укрепления доверия общественности при успешной реализации денежно-кредитной политики НБТ.

1. *Основные инструменты и элементы коммуникационной политики.*

**Республика Армения.** Коммуникация осуществляется по четырем основным направлениям:

1. Работа со средствами массовой информации (СМИ) (пресс-конференции, брифинги, интервью, сообщения или публикации).

2. Официальный сайт Центрального банка РА, социальные сети.

3. Работа с отдельными группами: участниками финансового рынка, журналистами, государственными органами, академическими кругами (встречи, проведение круглых столов, дискуссии, лекции).

4. Реализация PR (рекламных, образовательных, разъяснительных, социальных) мероприятий, направленных на повышение рейтинга Центрального банка РА.

**Республика Беларусь.** Основным каналом коммуникаций Национального банка является официальный сайт Национального банка в глобальной компьютерной сети Интернет www.nbrb.by.

Распространение общедоступной информации о деятельности Национального банка также осуществляется посредством:

- публичных выступлений работников Национального банка на конференциях, форумах, семинарах и иных мероприятиях, проводимых в Республике Беларусь и за рубежом;

- проведения пресс-конференций и брифингов для представителей средств массовой информации;

- интервью работников Национального банка журналистам средств массовой информации;

- предоставления письменных и устных ответов на запросы средств массовой информации;

- проведения информационно-обучающих семинаров для представителей средств массовой информации;

- проведения рабочих встреч работников Национального банка с представителями экспертного и научного сообщества;

- проведения мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения, включая реализацию соответствующих совместных проектов со средствами массовой информации;

- обеспечения функционирования единого интернет-портала финансовой грамотности населения www.fingramota.by;

- обеспечения функционирования аккаунтов Национального банка в социальных сетях;

- выпуска информационно-аналитического и научно-практического журнала Национального банка ”Банкаўскі веснік“;

- проведения экскурсий для организованных групп посетителей в «Музее денег» Национального банка;

- обеспечения функционирования интернет-сайта «Музея денег» Национального банка www.moneymuseum.by;

- использования иных способов в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

**Республика Казахстан.** В коммуникационной политике Национального Банка используется ряд инструментов для обеспечения прозрачности и эффективной связи с обществом. К основным относятся:

- официальные заявления Председателя и пресс-релизы: Национальный Банк регулярно публикует официальные заявления Председателя и пресс-релизы по итогам решений по базовой ставке. Эти документы содержат факторы принятого решения, анализ экономической ситуации, а также прогнозные оценки;

- интервью и выступления руководства: руководство Национального Банка выступает с речами и дает интервью в рамках различных мероприятий. В своих выступлениях они обсуждают экономические и монетарные вопросы, дают оценки текущей ситуации и объясняют позицию Национального Банка;

- Доклад о денежно-кредитной политике: ежеквартальное издание Национального Банка, которое содержит анализ основных макроэкономических факторов, влияющих на инфляцию, а также прогноз макроэкономических параметров в краткосрочной и среднесрочной перспективе;

- встреча с экспертами: Национальный Банк организует встречи с представителями экспертного сообщества, на которых они могут получить дополнительную информацию о денежно-кредитной политике и экономической ситуации;

- коммуникационные каналы: Национальный Банк использует различные коммуникационные каналы, такие как официальный веб-сайт, социальные сети, чтобы донести свои решения до широкой общественности.

Национальный Банк постоянно совершенствует инструменты коммуникационной политики, чтобы удовлетворить потребности общества и улучшить качество принимаемых решений.

**Кыргызская Республика.** Официальный интернет-сайт Национального банка - [www.nbkr.kg](http://www.nbkr.kg) является основным каналом коммуникаций и служит важным инструментом информирования общественности и обеспечения оперативного доступа к информации по направлениям деятельности Национального банка.

На официальном сайте Национального банка размещаются все официальные пресс-релизы, информационные сообщения о решениях Национального банка, банковское законодательство, нормативные правовые акты Национального банка, законопроекты и проекты нормативных правовых документов, выносимые на общественное обсуждение, регулярно обновляемый перечень организаций, лицензируемых/регулируемых Национальным банком, данные по банковской и монетарной статистике, отчеты и аналитические материалы, периодические издания Национального банка, а также иная открытая информация, относящаяся к компетенции Национального банка.

Публикации Национального банка: Бюллетень, Годовой отчет, Отчет о денежно-кредитной политике, Отчет о стабильности финансового сектора Кыргызской Республики, Платежный баланс Кыргызской Республики.

Распространение открытой информации о деятельности Национального банка также осуществляется посредством:

- публичных выступлений работников Национального банка на конференциях, форумах, семинарах и иных мероприятиях;

- проведения пресс-конференций и брифингов для представителей средств массовой информации;

- интервью работников Национального банка журналистам средств массовой информации);

- обеспечения функционирования официальных страниц/аккаунтов Национального банка в социальных сетях и мессенджерах;

- обеспечения функционирования Общественной приемной Национального банка - посредством

- приема обращений граждан по вопросам деятельности Национального банка, функционирования банковской и платежной системы;

- проведения мероприятий, направленных на повышение финансовой грамотности населения;

- обеспечения функционирования образовательного портала [www.fmsabat.kg](http://www.fmsabat.kg);

- проведения информационно-обучающих семинаров и тренингов;

- проведения рабочих встреч работников Национального банка с представителями ФКУ, бизнеса,

- экспертного и научного сообщества;

- организация экскурсий для посетителей Нумизматического музея Национального банка;

- ознакомления с библиотечным фондом Национального банка заинтересованным лицам;

- использования иных способов информирования общественности.

**Российская Федерация.**

Инструменты коммуникации Банка России делятся в зависимости от аудитории на тех, которые ориентированы на профессиональную и широкую аудитории.

В набор основных элементов коммуникации решений по денежно-кредитной политике входят следующие: пресс-релиз и заявление Председателя по ключевой ставке, пресс-конференция.

Также Банк России ежегодно публикует основной стратегический документ – Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики, в котором подробно раскрываются цели, задачи ДКП и макроэкономические сценарии. Среди регулярных докладов Банка России также представлены Доклад по денежно-кредитной политике и доклад «Региональная экономика». Кроме того, Банк России публикует ежемесячные аналитические материалы об инфляции, инфляционных ожиданиях, денежно-кредитных условиях.

Банк России в последние годы активно развивал коммуникацию с широкой аудиторией, выпуская в том числе документы в разных форматах. С 2019 г. на сайте публикуются краткие версии докладов о денежно-кредитной политике и Основных направлений единой государственной денежно-кредитной политики. С 2022 г. аналогичный «многослойный» формат используется при публикации регулярных аналитических комментариев о динамике потребительских цен, региональной экономике, мониторинге предприятий, инфляционных ожиданиях и потребительских настроениях. Кроме того, в 2022 г. Банк России также впервые выпустил небольшую брошюру с кратким содержанием Основных направлений ДКП, с простым текстом и иллюстрациями.

В качестве каналов коммуникации Банк России наряду с официальным сайтом использует СМИ, социальные сети, таргетированные встречи с различными аудиториями, круглые столы и коммуникационные сессии, открытые лекции в вузах.

**Республика Таджикистан.** Публикация материалов на официальном сайте НБТ в разделе денежно-кредитной политики, проведение семинаров в высших учебных заведениях, донесение информации до общественности путем участия в телевизионных и радио передачах (экономического характера), а также на ежегодных пресс-конференциях для СМИ.

1. *Роль коммуникации при заякорении инфляционных ожиданий.*

**Республика Армения.** В рамках стратегии инфляционного таргетирования, коммуникация Центрального банка с обществом имеет важное значение. В рамках внешней коммуникации денежно-кредитной политики, Центральный банк публикует пресс-релизы о решениях по процентной ставке, протоколы заседания Совета о решении по процентной ставке и квартальные программы ДКП/обзоры по инфляции. За решениями о процентной ставке следует пресс-конференция с участием председателя Центрального банка, которая транслируется в прямом эфире на веб-странице Центрального банка.

В обзоре по инфляции, параллельно с целевым показателем инфляции, публикуются сценарии макроэкօномических показателей и инфляции, а также лежащих в их основе предположений. Это делает проводимую денежно-кредитную политику Центрального банка РА более прозрачной, понятной и предсказуемой, что способствует повышению доверия населения к Центральному банку. Центральный банк РА убежден, что понятная и надежная для населения денежно-кредитная политика оказывает эффективное воздействие с точки зрения заякорения инфляционных ожиданий и снижения затрат на обеспечение ценовой стабильности.

**Республика Беларусь.** Нет ответа.

**Республика Казахстан.** Якорение инфляционных ожиданий – это важная задача Национального Банка, которая связана с тем, что ожидаемая инфляция является одним из факторов формирования будущей динамики цен. Ее достижение позволяет уменьшить волатильность инфляции и улучшить макроэкономическую стабильность.

В этом контексте коммуникация играет ключевую роль, которая заключается в том, чтобы донести до общественности стратегию борьбы с инфляцией и объяснить, какие меры принимает Национальный Банк для достижения установленных целевых ориентиров в будущем.

Наряду с последовательными решениями, направленными на снижение фактической инфляции, активная коммуникационная политика будет способствовать постепенному якорению инфляционных ожиданий.

**Кыргызская Республика.** В текущих реалиях активная и транспарентная коммуникационная политика Национального банка является неотъемлемой частью денежно-кредитной политики и играет важную роль при заякорении инфляционных ожиданий. Национальным банком особое внимание уделяется освещению факторов инфляции и потенциальных рисков развития экономической ситуации в Кыргызской Республике и в странах-торговых партнерах.

Информационная открытость в части монетарной политики нацелена на формирование у общественности и субъектов экономики рациональных ожиданий, в том числе по инфляции и денежно-кредитным мерам Национального банка в среднесрочной перспективе

Разъяснение принимаемых решений в области монетарной политики осуществляется посредством публикаций пресс-релизов и обзорно-аналитических материалов. В целях обеспечения транспарентности проводимой Национальным банком денежно-кредитной политики на регулярной основе проводятся пресс-конференции и брифинги.

**Российская Федерация.** Чтобы ответить на вопрос, оказывает ли коммуникация центрального банка влияние на инфляционные ожидания населения, требовалось модельно сравнить ее с сопоставимыми рядами прочих информационных потоков. Этой теме посвящено исследование «Влияние негативных новостей на восприятие инфляции населением» (Банк России, Серия докладов об экономических исследованиях, №111 февраль 2023 г. <http://cbr.ru/Content/Document/File/144918/wp_111.pdf>).

В этой работе из базы больших данных российских новостей (28 ведущих российских СМИ за период 2014-2022 гг., в которую вошло 7,8 млн новостей) извлечены временные ряды с частотностью появления 10 крупных тем: бедность, инфляция, продовольственные проблемы, закредитованность, экономический кризис, геополитика, курс рубля, пандемия COVID-19, внутренняя нестабильность, безработица. Кроме того, отдельно были извлечены данные с частотностью коммуникации Банка России в новостном потоке. Все новостные потоки, кроме коммуникации Банка России, отфильтрованы по негативному сентименту, то есть в финальные новостные индексы попали только негативные новости (например, о росте отдельных цен, дефиците бюджета, повышении налогов, ослаблении рубля, росте безработицы, внутренней нестабильности и пр.) Построенные модели (Lasso, Random Forest, XGBoost, Bayesian Structure Learning) свидетельствовали о том, что восприятие инфляции населением формируется тремя главными новостными потоками: инфляция, экономический кризис, курс рубля. Переменная коммуникации Банка России не оказала значимого влияния ни в одной из построенных моделей.

С одной стороны, это может свидетельствовать о том, что доступность коммуникации Банка России недостаточна для понимания его посылов широкой аудиторией (эта тема подробно будет рассмотрена ниже). С другой, это также свидетельствует о необходимости существенного приложения усилий в части повышения финансовой грамотности населения. Кроме того, эффективность коммуникации как инструмента начинает проявляться лишь после накопления доверия общества к центральному банку. Для этого в свою очередь требуется продолжительный опыт поддержания ценовой стабильности.

**Республика Таджикистан.** Безусловно после объявления со стороны НБТ в 2017 году о поэтапном переходе на режим инфляционного таргетирования и установления цели по инфляции, со стороны общественности и научных кругов начался проявляться еще больше интерес ко взятому НБТ курсу в области денежно-кредитной политики. На протяжении последних лет уровень инфляции формируется в пределах установленного таргета благодаря совместным действиям как НБТ, так и ряда министерств и ведомств страны. Достижение поставленных целей и приверженность прозрачности проводимой политики, инфляционные ожидания общественности в какой-то степени можно считать заякоренными.

1. ***Основные опросы, проводимые центральным банком***
2. *Виды проводимых опросов и их краткая характеристика.*

**Республика Армения.** Опросы, проводимые ЦБРА, осуществляются по следующим направлениям: «Квартальные опросы финансовых организаций», «Об условиях кредитов, предоставляемых банками и кредитными организациями», «Инфляционные ожидания домашних хозяйств».

1. Начиная с января 2004 года ежеквартально в форме регулярных анкетных опросов коммерческие банки, кредитные организации, страховые компании, инвестиционные компании и управляющие инвестиционными фондами предоставляют «Квартальные опросы финансовых организаций». Коммерческие банки предоставляют информацию на 12 кварталов, остальные организации – на 3,6,9,12 месяцев (кроме курсов валют, для которых 3,6 месяца). При этом все респонденты в обязательном порядке должны отвечать на поставленные вопросы максимум обоснованно на базе доступной информации во время опроса. На опрос дается 5-7 дней и до 25-го числа следующего месяца подводятся итоги опроса.

Опрос включает такие вопросы: инфляция, экономический рост, курс драма к доллару США, доходность и объем казначейских облигаций, процентные ставки депозитов и ссуд (по срочности (до 1 года, свыше 1 года) и по видам (бизнес, ипотека, потребительские кредиты), размеры кредитования по секторам, размеры депозитов, увеличение Уставного капитала, качество кредитного портфеля (удельный вес проблемных ссуд, размер отчислений в резерв на потери по ссудам), размер привлеченных банком средств, подлежащий к обязательному резервированию, некоммерческие трансферты физических лиц, данные об изменениях величины общих активов, обязательств и нераспределённой прибыли.

1. Начиная с 2008 года ежеквартально в форме регулярных опросов старших кредитных сотрудников коммерческих банков и кредитных организаций, действующих на территории Армении предоставляют ответы на опрос «Об условиях кредитов, предоставляемых банками и кредитными организациями».
2. Начиная с января 2011 года ежеквартально проводится опрос «Инфляционные ожидания домашних хозяйств». Опрос проводится в течение второго месяца каждого квартала по телефонному интервьюированию среди домашних хозяйств старше 18 лет из городских и сельских населенных пунктов. В выборке участвуют 1200-1300 домашних хозяйств, выбранных по двухступенчатой выборке по методу SRS. Итоги опросов подводятся до 15-го числа следующего за опросным месяцем.

**Республика Беларусь.** Опросы, проводимые Национальным банком Республики Беларусь, осуществляются по двум направлениям: анкетирование предприятий в рамках системы «Мониторинг предприятий» и опросы населения по изучению инфляционных ожиданий.

В рамках системы «Мониторинг предприятий» проводятся два вида опросов на основе анкетирования:

- ежемесячные опросы предприятий по изменению экономической конъюнктуры.

- ежеквартальные опросы предприятий о финансовых показателях их деятельности.

Опросы населения, направленные на измерение инфляционных ожиданий, проводятся исследовательской компанией по заказу Национального банка Республики Беларусь ежеквартально, путем интервью.

**Республика Казахстан.** Национальный Банк проводит 4 вида опроса: «Мониторинг реального сектора экономики», «Опрос населения», «макроэкономический опрос», «опрос банков по кредитованию».

1. С конца 2000 года Национальный Банк начал проводить опросы предприятий в целях получения оперативной и объективной информации для анализа экономической конъюнктуры, необходимой для проведения денежно-кредитной политики.

Мониторинг реального сектора экономики Национальным Банком проводится в форме регулярных анкетных опросов предприятий на ежеквартальной и ежемесячной основе. Опросы непосредственно проводятся территориальными филиалами, ДДКП осуществляет методическое руководство и контроль за проведением мониторинга предприятий.

1. С января 2016 года проводится опрос населения, направленный на измерение инфляционных ожиданий в Казахстане. Ежемесячный опрос осуществляется среди взрослого населения путем телефонного интервью, в которых принимает участие 1500 респондентов. Репрезентативность выборки обеспечивается разделением респондентов по таким категориям как регион, возраст и занятость.
2. В 2022 году Национальный Банк начал проводить макроэкономический опрос. Опрос включает профессиональных участников рынка, исследовательские институты, международные организации, а также рейтинговые агентства. Респонденты отвечают об их оценках и ожиданиях по развитию ситуации на внутреннем и мировом рынках. Список респондентов состоит из организаций, которые занимаются анализом и прогнозированием макроэкономических показателей по Казахстану. Опрос проводится регулярно не менее 4 раз в год перед решениями по базовой ставке.
3. Опрос банков по кредитованию проводится с 2007 года и является ежеквартальной аналитической публикацией об основных условиях банковского кредитования предприятий и домашних хозяйств. В частности, Национальный Банк Казахстана опрашивает мнение банков по вопросам тенденций спроса и предложения на кредитные ресурсы, ценовых и неценовых условий кредитования бизнеса и населения за анализируемый период, а также об их ожиданиях в развитии их кредитной деятельности.

**Кыргызская Республика.** В зависимости от проводимой денежно-кредитной и макропруденциальной политики в разные периоды экономического цикла в Национальном банке практикуется проведение опросов среди коммерческих банков и небанковских финансово-кредитных организаций. Вкратце опросы содержат вопросы по ожидаемому курсу/направлению и эффективности проводимой ДКП, улучшению действующих или внедрению новых инструментов денежно-кредитной политики, совершенствованию денежно-кредитной трансмиссии развитию рынка кредитования, проводимой макропруденциальной политики Национальным банком, прогнозами развития экономики и т.д.

**Российская Федерация.** C 2009 года ФОМ по заказу Банка России проводит опросы с целью измерения инфляционных ожиданий населения и оценки наблюдаемого людьми изменения цен, а также о потребительских настроениях. Респондентам задается ряд вопросов, на основе которых рассчитываются два обобщенных показателя, отражающих средние значения по всем опрошенным: медианы ожидаемой и наблюдаемой инфляции. В опросе участвуют 2 тыс. респондентов.

С 2000 г. Банк России через свою сеть присутствия в регионах проводит опрос предприятий. Его участниками являются около 14 тыс. предприятий. По охвату он не имеет аналогов в России. Компании дают преимущественно качественную оценку текущих и ожидаемых ими изменений основных показателей хозяйственной деятельности. Опрос проводится ежемесячно. На основе этого опроса Банк России публикует несколько аналитических материалов: ценовые ожидания предприятий и индикатор бизнес-климата.

С мая 2021 г. Банк России начал проводить регулярный макроэкономический опрос профессиональных аналитиков. Такой опрос проводится 8 раз в год, его результаты публикуются перед каждым решением по ключевой ставке. Участниками опроса являются около 30 авторитетных экономистов из инвестиционных банков, кредитных организаций, вузов. Материалы опроса находятся в публичном доступе в отличие от консенсус-опросов Bloomberg и Reuters, что позволяет получить к ним доступ большей аудитории. На апрель 2023 г. в анкету входило 12 макроэкономических показателей, среди них инфляция, ВВП, безработица, экспорт, импорт и другие.

С 2020 г. Банк России проводит опрос кредитных организаций. В обследовании принимают участие около 60 крупных российских банков-участников кредитного рынка, на которые приходится свыше 85% кредитного портфеля российского банковского сектора. В обследовании изучаются изменения условий кредитования трех основных категорий заемщиков: крупных предприятий и организаций, субъектов малого и среднего предпринимательства, а также населения. На основе этого опроса публикуются Индексы изменения условий банковского кредитования (УБК) и спроса на кредиты.

31 марта 2023 г. Банк России представил результаты первого Всероссийского обследования домохозяйств по потребительским финансам. Оно было организовано и заказано Банком России в середине 2022 года. В 2013, 2015, 2018 и 2020 годах этот опрос проводил Минфин России при участии Всемирного банка в рамках проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». В опросе приняли участие более 6 тыс. домохозяйств. Основные темы опроса – это исследование источников финансирования потребительского спроса, изучение дисбалансов в финансах домохозяйств, изучение долговой нагрузки, анализ того, как домохозяйства адаптируются к экономическим шокам, кризисам и как различные меры политики влияют на процессы адаптации и на сами домохозяйства, а также исследование ограничений на стороне предложения и предпочтений домохозяйств на стороне спроса, важных для выработки стратегии развития финансового рынка.

**Республика Таджикистан.** На сегодняшней день со стороны НБТ на ежеквартальной основе путем охвата 1500 населения страны проводится опрос инфляционных ожиданий.

1. *Цель использования опросов (где и для чего применяются опросы)*

**Республика Армения.** Цель «Квартальных опросов финансовых организаций» направлены на оценку ожиданий относительно макроэкономической ситуации с целью их учета при проведении денежно-кредитной политики и оценки финансовой устойчивости.

Результаты опроса используются:

• в экономико-математических моделях, используемых в ДКП.

• в возможных сценариях прогнозирования разрабатываемых макроэкономических показателей, а также в различных моделях и уравнениях оценки финансовой устойчивости.

• в целях экономических исследований.

Цель опроса «Об условиях кредитов, предоставляемых банками и кредитными организациями» – увеличить понимание поведения банков во время кредитования, исследовать условия предложения и спроса рынка кредитования.

Цель опроса «Инфляционные ожидания домашних хозяйств» – количественная оценка фактического и ожидаемого уровней 12-месячного ИПЦ на основе качественных оценок домашних хозяйств. Сферы использования оценок инфляционных ожиданий:

• в экономико-математических моделях, используемых в ДКП как опережающий индикатор инфляции (например, для расчета кривой Филипса или использования оценок, как объясняющего параметра и т.д.);

• в целях экономических исследований (для проверки теоретических гипотез, например, о рациональности инфляционных ожиданий);

• для оценки прозрачности работы Центрального банка и повышения уровня доверия к Центральному банку;

• для повышения уровня экономической образованности общественности;

• с точки зрения представления сути инфляции и роли Центрального банка как органа, обеспечивающего стабильность цен.

**Республика Беларусь.** Опросы предприятий и населения проводятся Национальным банком для обеспечения поддержки принятия решений по вопросам денежно-кредитной политики.

**Республика Казахстан.** 1. Основными целями мониторинга предприятий реального сектора в Национальном Банке являются:

1) оперативный анализ текущей ситуации в реальном секторе экономики, разработка краткосрочных прогнозов основных тенденций в экономике;

2) информационно-аналитическое обеспечение руководства Национального Банка при принятии решений по денежно-кредитной политике.

По результатам ежемесячных опросов Национальный Банк рассчитывает индекс деловой активности (далее - ИДА), композитный опережающий индикатор (далее - КОИ), индекс бизнес-климата (далее - ИБК) для определения фазы бизнес-цикла, по результатам ежеквартальных опросов формирует конъюнктурный и отраслевой обзоры, содержащие оценку ситуации в экономике страны и ее отраслях.

2. Опрос населения проводится для получения оценок инфляционных ожиданий. Эти оценки учитываются при принятии решений по денежно-кредитной политике.

3. Проведение макроэкономического опроса направлено на улучшение коммуникации Национального Банка с профессиональными участниками рынка. Выстраивание диалога с экспертным сообществом призвано снизить информационную асимметрию между регулятором и рынком.

**Кыргызская Республика.** Цель проведения анкетирования - получение оперативной и эффективной информации по интересуемым вопросам в области монетарной политики. Результаты опроса используются соответствующими подразделениями Национального банка при реализации денежно-кредитной политики и подготовке различных предложений по модификации/корректировке направления ДКП или работы денежно-кредитного инструментария совершенствования макропруденциальной политики, оценке заемщиков банков, а также в других направлениях деятельности Национального банка.

**Российская Федерация.** Регулярные опросы позволяют Банку России получать непосредственную обратную связь от различных групп экономических агентов. Их результаты учитываются при принятии ключевых решений по направлениям деятельности Банка России как мегарегулятора, а получаемые таким образом данные ложатся в основу экономических исследований.

**Республика Таджикистан.** Основной целью проведения опроса инфляционных ожиданий населения, в первую очередь, является анализ, оценка и учет при принятии решений относительно изменения ставки рефинансирования при необходимости, а также повышение финансовой грамотности и осведомлённости населения о проводимой денежно-кредитной политике со стороны Национального банка Таджикистана и определения настроения населения относительно текущей макроэкономической ситуации и их дальнейшие шаги (снятие депозитов, спрос на кредиты и т.д.).

1. *Представляется ли респондентам обратная связь? Публикуются ли результаты опросов?*

**Республика Армения.** Результаты «Квартальных опросов финансовых организаций» не публикуются. Респондентам предоставляются сводные данные по опросу․

Результаты опроса «Об условиях кредитов, предоставляемых банками и кредитными организациями» предоставляются только тем банкам, которые участвовали в опросе.

Обратная связь по результатам опроса «Инфляционные ожидания домашних хозяйств» респондентам не предоставляется. Результаты опросов не публикуются.

**Республика Беларусь.** По результатам опросов предприятиям-участникам анкетирования рассылается аналитическая информация.

В настоящее время результаты опросов нигде не публикуются.

**Республика Казахстан.** 1. В условиях добровольности интерес предприятий к участию в мониторинге поддерживается путем представления каждому респонденту возвратной информации, отражающей его конкурентную позицию в отрасли и позволяющей своевременно определять процессы, происходящие в экономике. Взаимный интерес является важнейшим принципом мониторинга, от которого в конечном счете зависит стабильность выборки предприятий, качество рядов данных и аналитической информации, формируемой по результатам мониторинга предприятий.

Результаты опросов в форме обзоров публикуется на сайте НБРК (Конъюнктурный обзор, Отраслевой обзор и Обзор по Индексу деловой активности).

2. Респондентам (населению) обратная связь по опросу населения не предоставляется. Результаты опроса публикуются на сайте Национального Банка ежемесячно в форме публикации (краткий анализ) и данных в формате Excel.

3. Результаты макроэкономического опроса публикуются перед неделей тишины на официальном интернет-ресурсе Национального Банка. Результаты опроса публикуются в обобщенном виде без раскрытия прогнозов каждой организации и представляют из себя медианные значения прогнозов респондентов.

Раз в квартал после публикации Национальным Банком своих прогнозов проходит обсуждение с участниками макроэкономического опроса, где происходит обмен мнениями между регулятором и рынком касательно перспектив развития экономики в Казахстане.

**Кыргызская Республика.** В зависимости от характера анализируемых вопросов обратная связь представляется, при этом результаты не публикуются.

**Российская Федерация.** Банк России подробно публикует результаты проведенных социологических опросов и комментирует их результаты. Всероссийское обследование домохозяйств по потребительским финансам было представлено на пресс-конференции первого заместителя председателя Банка России Ксении Юдаевой, где журналисты имели возможность задать все интересующие широкую общественность вопросы.

**Республика Таджикистан.** На текущий момент не публикуются, но ведутся работы для дальнейших публикаций опросов населения на официальном сайте НБТ.

1. ***Оценка эффективности коммуникационной политики и дальнейшее ее развитие:***
2. *Улучшение действенности коммуникационной политики: качество против количества материалов.*

**Республика Армения.** Публикации Центрального банка должны соответствовать высоким стандартам качества как по внешнему виду, так и по содержанию, а их объем зависит от поставленных коммуникационных задач.

**Республика Беларусь**. В 2023 году ключевой задачей коммуникационной политики является расширение присутствия Национального банка в информационном пространстве, в том числе путем проактивного сотрудничества с ведущими республиканскими средствами массовой информации. Акцент делается не на количестве, а на качестве распространяемой информации, а также на своевременном информационном сопровождении решений, принимаемых Национальным банком.

В рамках расширения присутствия Национального банка в информационном пространстве 18 мая 2023 года начал работу официальный сайт Музея денег Национального банка ([www.moneymuseum.by](http://www.moneymuseum.by/)). Главной особенностью сайта является возможность совершить виртуальный тур по залам Музея денег и ознакомиться с его экспозицией в режиме онлайн. Также аккаунты Музея денег открыты в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram).

В целях улучшения восприятия различными целевыми аудиториями распространяемой Национальным банком информации ведется работа по ее упрощению путем сопровождения аналитических и статистических материалов, публикуемых на сайте Национального банка, краткими аннотациями с отражением в них ключевых идей (выводов). Расширение охвата аудитории осуществляется также путем присутствия пресс-службы Национального банка в социальных сетях и мессенджерах.

Проводится системная работа по повышению финансовой грамотности (План совместных действий по повышению финансовой грамотности населения на 2019–2024 годы утвержден постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка от 12 апреля 2019 г. № 241/6). В 2023 году акцент сделан на проведении мероприятий по включению модулей финансовой грамотности в учебный процесс. Основными направлениями данной работы являются: разработка учебно-методических комплектов (учебные программы, дидактические материалы для учащихся и учителей) факультативного курса по финансовой грамотности для V–VII классов; организация мероприятий, направленных на повышение компетенций педагогов в вопросах преподавания финансовой грамотности.

**Республика Казахстан.** В целях улучшения доверия к проводимой денежно-кредитной и валютной политике Национальный Банк выстроил достаточно обширную систему коммуникаций, которая повышает прозрачность политики и инструментов.

В рамках выстроенной системы коммуникации подробно освещаются решения по базовой ставке, включая причины, лежащие в основе каждого принятого решения, такие как ожидаемая траектория инфляции, определяющие факторы и риски. Так, в 2022 году было организовано и проведено 7 брифингов в офлайн формате с участием руководства НБК по вопросам решения регулятора по базовой ставке. Кроме того, было опубликовано 6 интервью в СМИ Председателя Национального Банка по вопросам денежно-кредитной политики монетарного регулятора. В 2023 году проведено 3 брифинга, планируется проведение еще 5 пресс-брифингов для представителей средств массовой информации.

Кроме того, был усовершенствован формат пресс-релиза об установлении базовой ставки. Усилена роль пресс-релиза в качестве инструмента forward guidance за счет акцента на видении Национального Банка среднесрочных перспектив развития денежно-кредитной политики.

Таким образом, наряду с количественным показателем эффективности проводимой коммуникационной политики важным фактором является качественное наполнение материалов, что, в свою очередь, позволяет правильно расставлять акценты и доводить информацию до аудитории.

В частности, для улучшения коммуникационной политики Национальный Банк опирается на международный опыт, внедряя эффективный инструмент так называемой опережающей стратегии (forward-looking guidance), которая представляет собой раскрытие возможной динамики инструментов центрального банка.

Стоит отметить, что несмотря на преимущественно негативный общий информационный фон, сложившийся ввиду реализовавшихся геополитических рисков и высокого инфляционного фона, в течение 2022 года на стабильно высоком уровне фиксировалась доля упоминаний о деятельности НБК с нейтральной и позитивной тональностью. Всего в 2022 году в информационном пространстве порядка 95% составили нейтральные и позитивные материалы.

**Кыргызская Республика.** С усилением роли социальных сетей в формирования общественного мнения приходится материалы адаптировать под запросы и ожидания пользователей соцсетей, под технические требования и особенностей соцсетей. Выбирать методы обращения к различным целевым аудиториям. Соответственно растет количество материалов.

**Российская Федерация.** В исследовании «Уроки кризисов для совершенствования коммуникации Банка России с финрынками», препринт которого опубликован в рамках Обзора денежно-кредитной политики Банка России 18 мая 2023 г., в результате оценки моделей было доказано, что слишком объемная коммуникация, выраженная в количестве публикуемых центральным банком страниц документов по ДКП, может ухудшать волатильность на финрынках. И в то же время точечные, вербальные информационные выходы членов Совета директоров способны уменьшить волатильность.

**Республика Таджикистан.** Данное направление является новым и НБТ продолжает работу над усовершенствованием в этой области путем публикации качественных материалов. В целом пока отмечается позитивная оценка деятельности проводимой коммуникационной политики.

1. *Расширение охвата коммуникационной политики.*

**Республика Армения.** Расширение зависит от поставленных коммуникационных задач. Желательно, чтобы Центральный банк был доступен для всех заинтересованных сторон. Чтобы заинтересованная сторона не осталась без каналов связи, с этой точки зрения, наиболее важной задачей является обеспечение соответствующих каналов связи (например, в случае отсутствия или неиспользования какого-либо канала связи обратиться к другому средству / каналу связи).

**Республика Беларусь.** Обобщенный ответ представлен в пункте 3а).

**Республика Казахстан.** По сравнению с 2021 годом зафиксирован рост ежемесячной аудитории медиаресурса НБК в 1,5 раза. По итогам 2022 года средняя позиция сайта в поисковой выдаче Google – 8,9. Таким образом, в среднем сайт попадает на первую страницу в поисковой выдаче Google. На сегодняшний день проводится масштабная работа модернизации интернет-ресурса НБРК с учетом частых запросов пользователей.

Также увеличен индекс цитируемости и упоминаний НБК: в 2022 году опубликовано более 300 материалов в рамках медиапланов НБК, ссылки и репосты – 1 500 по данным Brand Analytics, итого по формуле средний коэффициент - 1:5.

Вместе с тем, на постоянной основе проводится работа по расширению охвата аудитории посредством медиа-ресурсов НБРК. В частности, по результатам 2022 года зафиксировано значительное повышение охвата официальных страниц НБ в социальных сетях: по сравнению с 2021 годом охват публикаций в Facebook вырос на 26,9% и составил 53 733 уникальных пользователей, а в Instagram вырос на 3,7% и составил 42 018 уникальных пользователей.

**Кыргызская Республика.** С учетом того, что основным каналом коммуникации становятся соцсети, а его пользователи предпочитают «короткие» видеоматериалы и тексты, где мало «букв» часто публикации увеличиваются. Национальный банк увеличивает частоту и информативность интервью, количество публикаций.

**Российская Федерация.** Изучение охвата коммуникации центрального банка – достаточно сложная задача. В научной литературе, насколько нам известно, не существует моделей для квантификации такого параметра коммуникации. Важно отметить, что задача оценки охвата аудитории еще сложнее в странах с большим количеством регионов и децентрализованной сетью источников информации, большим числом местных СМИ. Кроме того, показатель охвата сам по себе имеет ограничение с точки зрения анализа. Даже потенциально большой охват аудитории еще ничего не говорит об эффективности коммуникации, поскольку информация центрального банка может все равно оставаться непонятной обществу: физическая доступность информации ≠ когнитивная доступность информации.

Вместе с тем, сотрудники Банка России имеют некоторые наработки в данном направлении.

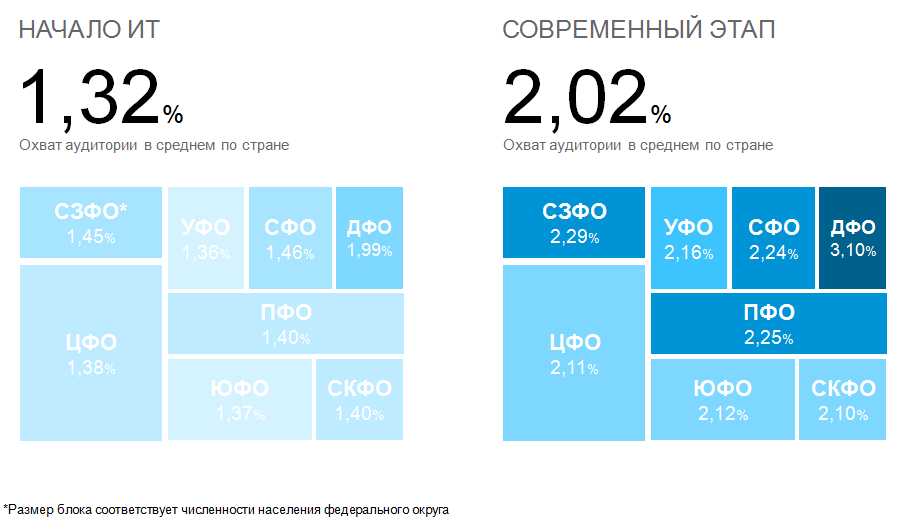
1) Под охватом мы будем понимать долю населения, которая могла прочитать, увидеть или услышать сообщения о денежно-кредитной политике. Эта метрика может быть важной с точки зрения понимания информационного проникновения коммуникации, ее способности «дотянуться» до широкой аудитории.

С 2017 г. коммуникация Банка России по денежно-кредитной политике активно развивалась не только на федеральном, но и на региональном уровне. Поэтому была изучена динамика охвата аудитории коммуникацией в разрезе федеральных округов. На рис. 1 представлено сравнение охвата коммуникации на старте проведения региональной информационной политики (2017-2018 гг.) и на современном этапе.

Расчет охвата производился после сбора данных крупнейших российских федеральных и региональных СМИ (был охвачено два периода: 1 полугодие 2017 года-2 полугодие 2018 года в качестве стартового этапа, поскольку именно в этот момент Банка России начал активно расширять коммуникацию на регионы, а также 1 полугодие 2020-2 полугодие 2021 года в качестве современного этапа). Из полученной базы новостей были выделены экономические при помощи тематического моделирования на основе градиентного бустинга. Для оценки охвата использованы тексты из 83 СМИ.

Судя по полученной из больших данных новостей информации, Банк России практически удвоил охват с момента старта активной коммуникации в регионах в 2017-2018 гг. Особенно сильно вырос охват на Дальнем Востоке и Северо-Западе страны, а также Приволжье. Впрочем, несмотря на произошедший рост охвата, 2% охвата аудитории – это по-прежнему небольшой показатель, который указывает на необходимость продолжения усилий в этом направлении.

2) Дополнительно Банк России исследует некоторые параметры охвата аудитории в мессенджере Telegram и в видеохостинге YouTube. Этой теме посвящено еще одно исследование в рамках Обзора денежно-кредитной политики – «Анализ больших данных комментариев YouTube в части восприятия решений Банка России по денежно-кредитной политике» (публикация исследовательского доклада планируется в мае-июне 2023 г.).



**Рисунок 1**. Охват коммуникации Банка России по федеральным округам

*Источник: расчеты сотрудников Банка России*

**Республика Таджикистан.** Ведутся работы в данной области.

1. *Усиление сигналов денежно-кредитной политики (работа с аудиторией, повышение финансовой грамотности)*

**Республика Армения.** В разных ситуациях приоритет активной, адресной и понятной коммуникации по решениям денежно-кредитной политики чрезвычайно важен. Для усиления сигналов денежно-кредитной политики, параллельно с периодическими публикациями по денежно-кредитной политике, в формате интервью различным средствам массовой информации, члены Совета Центрального банка активно представляют разъяснения о макроэкономической ситуации и инфляционной среде. Центральный банк также проводит периодические дискуссии с банковскими аналитиками и участниками рынка по макроэкономической ситуации и соответствующей денежно-кредитной политике, а также встречи со студентами и преподавателями из различных вузов. Осознавая важную роль всех сотрудников Центрального банка во внешней коммуникации, специалисты Департамента ДКП представляют основные принципы и логику принятых решений по денежно-кредитной политике сотрудникам всех подразделений.

**Республика Беларусь.** Обобщенный ответ представлен в пункте 3 а).

**Республика Казахстан.** Для расширения и усиления сигналов проводимой ДКП НБК на постоянной основе публикует Доклад о денежно-кредитной политике для более детального объяснения экспертному сообществу и широкой общественности содержания проводимых мер в области денежно-кредитной политики. Данная практика позволяет улучшить понимание политики Национального Банка, ее целей и принимаемых мер. Так, в 2023 году был опубликован один Доклад о денежно-кредитной политике, запланировано к публикации 3 документа в июне, сентябре и декабре.

Вместе с тем после принятия решения по базовой ставке также проводятся регулярные встречи как с профессиональными макро-прогнозистами, так и с медийными экспертами, в ходе которых обсуждаются основные факторы принятого решения и видение профессионального экспертного сообщества в отношении дальнейших перспектив развития ситуации в экономике. В 2022 году было организовано и проведено 8 дискуссионных встреч, а в 2023 году проведено 3 встречи с медийными экспертами и макропрогнозистами с участием руководителей подразделений НБК. Также в 2023 году была организована научно-практическая конференция «Стратегические вопросы денежно-кредитной политики. Вызовы новой экономической реальности», в работе которой приняли участие представители академического и экспертного сообществ. Работа данного мероприятия получила широкую огласку в средствах массовой информации и социальных сетях.

Кроме того, одним из эффективных инструментов коммуникации с населением является контакт-центр НБК, который осуществляет централизованный прием обращений пользователей. В 2022 году поступило более 84 тысячи обращений по деятельности НБК посредством единого номера дозвона 1477 и виджетов на сайте НБК и социальных сетях.

**Кыргызская Республика.** Следуя принципам информационной открытости и транспарентности, Национальный банк публикует стратегические и целевые ориентиры денежно-кредитной политики на ближайшую перспективу, на регулярной основе выпускает пресс-релизы о принятых решениях по учетной ставке, а также проводит пресс-конференции по вопросам монетарной политики.

На ежеквартальной основе на официальном интернет-сайте Национального банка размещается отчет о денежно-кредитной политике, который содержит информацию о мерах и результатах предпринятой денежно-кредитной политики, о макроэкономической ситуации в стране и в странах-торговых партнерах, среднесрочный прогноз инфляции и основные макроэкономические показатели.

Также на регулярной основе для информирования различных целевых групп аспектами проводимой денежно-кредитной политики Национальный банк реализует обсуждения в рамках различных площадок с участием государственных органов, коммерческих банков, научно-экспертного сообщества, бизнес-сообщества, студентов и др. Это позволяет получить обратную связь от различных целевых групп по вопросам монетарной политики и повысить эффективность коммуникационной составляющей.

**Российская Федерация.** По результатам обсуждения выводов исследований, в рамках общественных консультаций по Обзору денежно-кредитной политики в середине 2023 г. Банк России может принять дополнительные решения в части повышения адресности своей коммуникации.

Вопрос повышения финансовой грамотности населения для Банка России сегодня особенно актуален. Высокая финансовая грамотность населения критически необходима для повышения качества экономических решений, что вносит непосредственный вклад в достижение всех основных целей мегарегулятора.

В этом направлении Банк России проводит многолетнюю последовательную работу.

Банк России в 2022 году провел исследование уровня финансовой грамотности, которое показало, что граждане стали более осознанно принимать финансовые решения. При этом молодые люди демонстрируют самые высокие темпы роста финансовой грамотности, они лучше понимают важность сбережений, диверсификации инвестиций, ответственно относятся к своим вложениям.

В 2022 году Минпросвещения России и Минобрнауки России при поддержке Банка России и других заинтересованных сторон завершили работу по внедрению компетенции по финансовой грамотности на всех уровнях образования: в общеобразовательной школе финансовая грамотность стала частью «Золотых стандартов», была включена в федеральный государственный образовательный стандарт для 10 – 11 классов и стала основой примерных рабочих программ по финансовой культуре для учителей школ. Банк России подготовил задания по финансовой грамотности для цифровой образовательной платформы «Моя школа» Академии Минпросвещения. Традиционные онлайн-уроки финансовой грамотности, которые Банк России провел для школ и колледжей, собрали в 2022 году свыше 5 млн просмотров. Гибкий график позволяет включить онлайн-уроки как в сетку школьного расписания, так и в программы дополнительного образования.

В 2022 году Банк России направил более 17 тыс. учебных комплектов по финансовой грамотности в школы (565) и вузы-партнеры (188). Совместно с МГУ им. М.В. Ломоносова с учетом изменений на финансовом рынке актуализирован учебно-методический комплект по финансовой грамотности для вузов. Банк России и Академия Минпросвещения России провели совместные методические мероприятия для педагогов и преподавателей, разработали методические рекомендации по преподаванию финансовой грамотности.

В социальных сетях Банк России активно развивал сообщество для педагогов и преподавателей, где предлагались готовые примеры, игры и задачи по финансовой грамотности. При поддержке Банка России в 2022 году проведены профильные олимпиады: «Юный предприниматель и финансовая грамотность» на образовательной платформе Учи.ру, где приняли участие 1,6 млн школьников, Всероссийская олимпиада по финансовой грамотности, финансовому рынку и защите прав потребителей финансовых услуг «Финатлон для старшеклассников», где участвовали более 80 тыс. старшеклассников, а также Международная олимпиада по финансовой безопасности Росфинмониторинга, давшая возможность проверить свои знания более 36 тыс. школьников и студентов вузов.

Более подробная информация о шагах по повышению финансовой грамотности представлена в Годовом отчете Банка России.

**Республика Таджикистан.** Необходимо отметить, что принятая Национальная стратегия финансовой инклюзивности Республики Таджикистан на 2022-2026 годы и роль коммуникационной стратегии Национального банка Таджикистана 2019-2021гг., которые дали свои позитивные результаты (публикации материалов, проведение тренингов для журналистов, студентов, участников финансового рынка и т д.) и по сей день реализуются. Все эти действия направлены на улучшение осведомлённости населения о взятом курсе НБТ и повышения доверия общества.

1. *Как оценивается эффективность коммуникаций? Можно ли использовать количественные метрики для мониторинга изменения действенности коммуникаций? Если да, то какие?*

**Республика Армения.** В настоящее время механизм оценки эффективности коммуникаций отсутствует. Но Центральный банк ведет работу по формированию данного механизма, который будет основываться на сборе данных и их анализе. В то же время количественные измерения необходимы, но важнее понимание общей картины и согласованной политики.

**Республика Беларусь**. Оценка эффективности коммуникаций Национального банка базируется преимущественно на использовании качественных суждений о достижении цели и реализации основных задач Коммуникационной политики Национального банка, соблюдении основных принципов коммуникаций, результативности использования различных каналов и средств коммуникаций в работе с основными целевыми аудиториями.

**Республика Казахстан.** На сегодняшний день ведется работа по разработке коммуникационной стратегии НБК в рамках миссии повышения доверия к НБК как к независимому государственному институту, проводящему денежно-кредитную политику, способную сохранять привлекательность национальной валюты, контролировать инфляцию и инфляционные ожидания. Данная стратегия включает инструменты оценки эффективности присутствия НБК в медиапространстве (анализ влияния затрат на достижение целей НБК) и порядок их выбора.

**Кыргызская Республика.** Для оценки эффективности коммуникаций по заказу НБКР проводятся исследовательски-аналитические работы.

**Российская Федерация.** Поскольку цель коммуникации – вносить вклад в достижение ценовой стабильности, то коммуникация в целом считается эффективной, когда инфляция близка к таргету.

Также об эффективной коммуникации принято судить по низким и заякоренным инфляционным ожиданиям. В России инфляционные ожидания аналитиков находятся на цели вблизи 4% примерно с весны 2017 года, а ожидания населения были не заякорены весь период ИТ (2015-2023 гг.) Кроме того, в части профессиональной аудитории метрикой качества коммуникации как правило считают предсказуемость решений по ключевой ставке. В этой части можно отметить, что предсказуемость решений Банка России соответствовала аналогичным показателям для центральных банков в первые годы ИТ.

Есть еще две метрики для мониторинга качества коммуникации – ясность, доступность (Haldane, MacMahon, 2018) и прозрачность (Dincer and Eichengreen, 2008, 2014).

Индекс прозрачности центрального банка, созданный Dincer and Eichengreen (2008, 2014), достаточно популярен в мире, однако он не учитывает текущий режим ДКП и потому упускает различия, которые важны для режима таргетирования инфляции. Индекс Al-Mashat et al. (2018) разработан специально для стран, таргетирующих инфляцию.

Значения индекса Dincer and Eichengreen (2014) для Банка России уже с 2013-2014 гг. находятся на уровне значений центральных банков стран с формирующимися рынками, таргетирующих инфляцию (12 баллов на 2022 год). В то же время индекс Al-Mashat для Банка России непрерывно рос, более точно отражая происходившие изменения. Расхождение результатов между двумя индексами свойственно и другим центральным банкам. Прозрачность коммуникации Банка России с 2014 по 2022 год по индексу Al-Mashat выросла с 6,2 до 9,8 баллов (из 20 возможных). Прозрачность Банка России к 2022 году была выше среднего.

Банк России последовательно повышал прозрачность принимаемых решений по денежно-кредитной политике. С этой целью в 2021 году на официальном сайте Банка России была опубликована информация о модельном аппарате, который используется для анализа и прогнозирования макроэкономических показателей. Раздел содержит подробное описание ключевых моделей и процесса прогнозирования. На официальном сайте с 2018 года представлена страница с подробным описанием этапов принятия решения. Из пока не используемых Банком России инструментов коммуникации, которые входят в индекс Al-Mashat, можно отметить следующие: публикация функций потерь и реакции центрального банка, автоматизированная выгрузка статистических данных, прогноз разрыва выпуска и обменного курса, декомпозиция причин изменения прогноза, публикация протоколов совещаний по ДКП и некоторые другие виды коммуникации.

Также важно отметить, что в 2015–2022 гг. особое внимание в коммуникации Банк России уделял широкой аудитории, что не учитывается в рассмотренных индексах прозрачности.

Что касается ясности, доступности коммуникации, то сотрудники Банка России создали собственную методику оценки удобочитаемости текстов с помощью нейронных сетей (модель описана в Evstigneeva, and Sidorovskiy, 2021). Согласно полученным результатам, для понимания основной коммуникации по ключевой ставке гражданину требуется иметь высшее экономическое образование. Другими словами, эта коммуникация не доступна широкой аудитории.

Кроме того, было проведено сравнение доступности переводов на английский язык коммуникации Банка России с другими странами – таргетерами инфляции. Удобочитаемость пресс-релиза по ключевой ставке и Заявления Председателя Банка России, оценка которой произведена по индексу Флеша-Кинкейда (равен количеству лет обучения, требуемых для понимания текста, чем ниже значение, тем проще текст), оказалась выше, чем в среднем по другим центральным банкам. Особенно это характерно для устных заявлений Банка России, которые являются самыми простыми для понимания среди всех рассмотренных центральных банков за исключением Норвежского банка. Понимание выступлений Банка России требует в среднем 11,6 лет образования, тогда как среднемировое значение – 12,7 лет.

**Республика Таджикистан.** На сегодняшней день сложно дать полноценную оценку, но ввиду того что курс взят на прозрачность проводимой со стороны НБТ политики и проявление большого интереса населения к деятельности НБТ, в будущем можно будет дать полноценную оценку, проанализировав эффективность коммуникации в тех или иных макроэкономических ситуациях.