

Таким чином, запропоновано науково-методичний підхід до оцінювання рівня фінансової безпеки перестрахового ринку як похідного від страхового шляхом застосування гармонійного аналізу (ряди Фур'є) та апарата диференціального числення, у результаті чого побудовано адитивну тренд-циклічну модель часового ряду методом декомпозиційного аналізу та визначено короткострокові прогностні значення досліджуваного показника.

*К. М. Кунцева, канд. екон. наук,
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЛЕКСУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НБУ У ВПЛИВІ НА ОЧІКУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА

Економетричні дослідження НБУ та ряду науковців засвідчили, що канал очікувань здійснює потужний вплив на ефективність діяльності всього монетарного трансмісійного механізму, спрацьовуючи як мультиплікатор курсових, цінових коливань, зменшення обсягу “керуваних” грошей, що посилює негативний вплив кризових явищ на макроекономічні показники.

У періоди стрімкого спаду показників стабільності фінансового сектору та національної валюти НБУ відчуває труднощі при дотриманні запланованої стратегії використання ринкових інструментів, будучи змушеним приймати адміністративні рішення. У таких випадках варто багато уваги приділяти своєчасному інформуванню суспільства про мотиви прийняття неочікуваних рішень. Вищезазначене свідчить про значний пласт питань, що потребують доопрацювання у сфері розроблення комунікаційної політики НБУ.

Грошово-кредитна політика в умовах сьогодення постає як мистецтво управління очікуваннями, саме тому комунікації перетворюються на один із ключових інструментів у арсеналі центральних банків в останні роки. Національний банк України використовує низку комунікаційних інструментів, проте в цьому питанні бракує системності. Саме тому важливим є розроблення комунікаційної стратегії НБУ, що являє собою загальний підхід до реалізації комунікаційної політики, де має бути визначено цілі інформаційної політики НБУ, перелік комунікаційних інструментів, планування періодичності їх застосування при взаємодії з різними цільовими аудиторіями за різних сценаріїв розвитку фінансово-економічної ситуації.

У комунікаційній політиці НБУ повинні бути чітко описані принципи її проведення, а саме: достовірність, регулярність, транспарентність, що виражається в наданні інформації широкій громадськості

та ринкам про мотиви прийняття рішень, результати регулювання та подальші плани відкрито, зрозуміло і своєчасно.

У комунікаційній політиці повинні бути також визначені правила застосування кожного з інформаційних інструментів. Наприклад, відповідно до міжнародного досвіду, протоколи засідань Правління НБУ мають бути опубліковані на сайті ЦБ не пізніше, ніж за два тижні після засідань.

Підвищенню передбачуваності сприятиме переймання досвіду провідних країн про публікацію на офіційному сайті анонсу запланованих подій щодо майбутніх засідань керівних органів НБУ, прес-конференцій тощо.

Варто визначити і законодавчо закріпити строки звітування Голови НБУ та оцінку Ради НБУ щодо діяльності Правління НБУ у сфері виконання Основних засад ГКП.

До того ж, відповідно до закону “Про Національний банк України”, Правління НБУ щомісячно інформує громадськість стосовно процентних ставок, здійснюваної політики рефінансування та валютного регулювання. Вважаємо, що способом інформування має бути проведення брифінгів Головою або заступниками Голови НБУ, на яких також мають зазначатися проміжні результати виконання Основних засад ГКП, озвучуватися найбільш суттєві ризики, джерела їх появи та кроки НБУ для врегулювання ситуації. Це дасть змогу відчутти постійну підтримку НБУ, контрольованість ситуації та можливість оперативної реакції НБУ на ймовірні шоки.

Інформаційні повідомлення НБУ можуть надходити до суспільства “в чистому вигляді” (через офіційний веб-сайт, прямі трансляції в ЗМІ, офіційні друковані видання НБУ), а також через точку зору певних цільових аудиторій, а саме: політиків, журналістів, фінансових аналітиків і науковців, які можуть вносити деякий рівень суб’єктивності, односторонньої інтерпретації, аналізуючи дії НБУ. У таких умовах НБУ абсолютно необхідно, завчасно передбачивши, розробити механізми реакції як на об’єктивну, так і на упереджену критику монетарної політики з боку цільових аудиторій.

Важливим питанням є роль особи, що здійснює комунікацію. Відповідно до дослідження А. Бліндера, М. Ехрмана та М. Фрацера виявлено, що інформація, яка лунає з вуст голови ЦБ, впливає на фінансовий ринок сильніше, ніж інформація від його заступників, керівників департаментів.

Вважаємо, що на офіційному сайті НБУ повинна бути інформація про біографію, наукову, громадську діяльність керівного апарату НБУ. Це слугуватиме переконливим доказом професіоналізму, бездоганної ділової репутації керівництва НБУ, що сприятиме посиленню довіри з боку суспільства.

Варто зважати на частоту появи інформації про НБУ в ЗМІ, адже лише неодноразове звернення мас-медіа до певного монетарного питання може змінити поведінку в суспільстві.

Зазначимо, що варто звертати увагу на характер комунікаційної стратегії. Дослідження науковців показують, що Федеральна резервна система має індивідуалістичну стратегію комунікацій, якій притаманний високий ступінь дисперсії думок членів FOMC (Федерального комітету з відкритого ринку). У Банку Англії та ЄЦБ використовується більш колегіальна комунікаційна стратегія, яка веде до більш адекватної реакції ринків на їх повідомлення. Таким чином, в Україні важливим є проведення переважно колегіальних комунікацій, що полягають у висловлюванні спільної точки зору представниками НБУ.

Особливо важливим принципом комунікацій є проведення постійного діалогу з фінансовим сектором для з'ясування найболючіших проблем останнього та пропозицій щодо подолання нестабільності. Водночас у процесі реалізації комунікацій варто пам'ятати, що надто великий обсяг подробиць у сфері монетарної політики може стати на заваді ефективності її сприйняття.

У цілому, проводячи комунікаційну політику, Національний банк повинен сформулювати чітке переконання в суспільстві щодо реальної можливості досягнення цільових економічних орієнтирів, щодо високого рівня ефективності, але не всесильності монетарної політики.

*О. О. Куришко, канд. екон. наук,
ДВНЗ "Українська академія банківської справи НБУ"*

ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ЯК БАЗОВИЙ ІНДИКАТОР ВИБОРУ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

У сучасних умовах динамічного розвитку господарської діяльності в Україні, лібералізації умов діяльності, державної політики активізації підприємницького середовища важливу роль у виборі сфери та напрямків діяльності відіграє система оподаткування господарюючих суб'єктів. У Проекті Закону України "Про Загальнодержавну програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки" передбачено створення оптимальних умов для реєстрації, ведення та закриття бізнесу, розвиток соціальної відповідальності бізнесу, яка полягає в діяльності суб'єктів малого і середнього підприємництва, спрямованій на виконання на добровільних засадах зобов'язань перед суспільством, розширення можливостей участі суб'єктів малого та середнього підприємництва в реалізації проектів державно-приватного