Пронина Елизавета Владимировна
студентка
Научный руководитель
Юринская Яна Владимировна
канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Северо-Восточный государственный университет»
Г. Магадан, Магаданская область

РАЗВЕНЧАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ МИФОВ ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ ФОРМАТОВ ПАРТНЕРСКОГО ДИАЛОГА МЕЖДУ ЦЕНТРАЛЬНЫМ БАНКОМ И БИЗНЕСОМ

Аннотация: *в статье исследуется проблема институционального разрыва коммуникации между государственным регулятором и реальным сектором экономики. Авторами рассматривается один из укоренившихся среди бизнес-сообщества мифов об эффективности масштабного субсидирования кредитования. На основе синтеза неокейнсианского и монетаристского подходов теоретически обусловлена несостоятельность бесконтрольного монетарного симулирования при жестких ограничениях факторов производства. В качестве решения указанной проблемы предлагается использование целенаправленного воздействия на целевую аудиторию посредством визуальных инструментов. В работе описывается потенциал анимированных баннеров, инфографики, и концептуальных карточек-гайдов, позволяющих перевести сложные понятия денежно-кредитной политики на понятный язык бизнес-аудитории. Сделан вывод, что переход у открытому диалогу закладывает фундамент долгосрочного доверия между регулятором и реальным сектором экономики.*

Ключевые слова: *денежно-кредитная политика, бизнес-сообщество, визуальные инструменты, льготное кредитование, Центральный Банк.*

Одним из важнейших инструментов современной денежно-кредитной политики (ДКП) Центрального Банка является стратегическая коммуникация, направленная на снижение инфляционных ожиданий, неопределенности экономики и

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ложных стереотипов о инструментах политики Банка России. А бизнес-сообщество, как главный создатель национального дохода и экономического роста в стране, выступает одной из целевых групп этого информационного воздействия.

Эффективность макроэкономического регулирования зависит не только от точности используемых инструментов, но и от того, как их воспринимают экономические агенты. Поэтому разработка методологии таргетированного информационного воздействия становится важнейшим элементом стабилизации рынка.

Банк России как главный регулятор финансового рынка выпускает фундаментальные аналитические материалы. Такие профильные документы, как «Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики» или доклады «Региональная экономика», представляют собой объемные научные труды. Они содержат важную информацию о направлениях монетарного регулирования, инфляционных трендах и макроэкономических прогнозах. Однако в силу масштабности и специфики академической подачи эти материалы сложны для глубокого анализа и освоения массовым сегментом предпринимательства.

В результате возникает институциональный разрыв коммуникации и стратегически важные данные воспринимаются целевой аудиторией как избыточные или полностью игнорируются. Отсутствие доступной и понятной информации приводит к тому, что бизнес-сообщество начинает формировать свои собственные интуитивные оценки. На этом фоне возникают ложные инфляционные ожидания и макроэкономические мифы.

В данной работе приводится пример одного из таких устойчивых заблуждений, дается экономическое разъяснение его несостоятельности, и обосновывается подход к выбору инструментов информационного воздействия на целевую аудиторию с целью развенчания данного мифа.

Одним из укоренившихся в обществе и среди представителей реального сектора экономики устойчивых мифов является следующий тезис: «Чем больше раздать льготных/дешевых кредитов на развитие производства, тем больше будет товаров в экономике и ниже цены». Данное заблуждение возникает из-за поверхностного анализа причинно-следственных связей и игнорирования законов

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

монетарной теории. С научной точки зрения, попытка стимулировать предложение монетарными методами в условиях структурных ограничений неэффективна. Когда экономика работает на пределе своих мощностей и не имеет дополнительных ресурсов, избыточное финансирование становится причиной инфляционной спирали, вынуждая компании конкурировать за дефицитные ресурсы.

Для разоблачения данного мифа стоит обратиться к разграничению инфляции спроса и инфляции предложения в рамках взаимосвязи неокейнсианской и монетаристской подходов. В неокейнсианской теории ключевая роль в краткосрочном периоде принадлежит жестким ценам и номинальным зарплатам. Механизмом стимулирования здесь является субсидируемое кредитование, приводящее к снижению стоимости капитала для бизнеса. Фирмы берут кредит, чтобы расширять производство. В этом случае выпуск растет, а цены остаются стабильными только при условии незагруженных мощностей, безработицы и профицита инфраструктуры, поэтому предложение может гибко реагировать на рост спроса.

В монетаристской теории основной фокус приходится на денежную массу и долгосрочный период. В ситуации, когда экономика уже находится на уровне своего потенциального выпуска или максимально близка к нему, субсидируемый кредит приведет уже к совершенно другим макроэкономическим последствиям. Дополнительные деньги поступают на рынок, но физически увеличить выпуск невозможно из-за дефицита ресурсов. Это приводит росту совокупного спроса. Пытаясь перекупить ограниченные ресурсы, компании повышают номинальные зарплаты и переплачивают поставщикам. Таким образом издержки производства увеличиваются и опережают реальную производительность труда [5].

Эффективность кредитного стимулирования имеет жесткие ограничения в виде производственных возможностей экономической системы. Итогом массовой раздачи льготных кредитов становится не рост выпуска и снижение цен, а ценовая конкуренция между бенефициарами. В результате борьбы за дефицитные ресурсы инвестиционные затраты бизнеса трансформируются в чистые издержки, из-за чего товары и услуги дорожают.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Взаимосвязь бюджетной политики и ДКП Центрального Банка образует общее равновесие рынка. Обладая разными инструментами, они совместно создают условия для социально-экономического развития и макроэкономической стабильности при ограниченности ресурсов. Так, если правительство через различные льготные программы увеличивает количество денежных средств в условиях перегрева экономики, Центральный Банк отвечает симметричным ужесточением ДКП. В этом случае возникает дисбаланс. Пока бюджетная политика пытается вводить льготные кредиты для избранных отраслей, ДКП вынуждена повышать ключевую ставку для охлаждения совокупного спроса и сдерживания инфляции.

В этих условиях рыночный механизм сталкивается с рядом проблем. Коммерческий сектор вынужден страдать от высокой ставки и одновременно конкурировать с субсидируемыми отраслями за право пользования дорожающими факторами производства.

Именно поэтому для бизнес-сообщества важно понимание того, что бесконтрольная раздача льготных кредитов разрушает ценовую стабильность. Бюджетная политика и ДКП обязаны находиться в строгом контрциклическом балансе. Попытка решить проблемы простой раздачей дешевых денег является лишь экономической иллюзией, ведущей к стагфляционными последствиям и снижению конкурентоспособности всего рынка [3].

Центральным объектом информационно-коммуникационного воздействия выступает бизнес-сообщество. Выбор данного сегмента обусловлен его важной ролью в формировании реального сектора экономики. Значительная часть представителей данной аудитории, особенно малого и среднего предпринимательства (МСП) формируют свои экономические оценки на основе эмпирического опыта и текущего информационного тона, из-за чего наиболее подвержены мифам и дезинформации.

При этом бизнес-сообщество обладает высокой горизонтальной связностью. Перспективным направлением коммуникаций в их сфере выступает маркетинг влияния – комплекс технологий продвижения с помощью влиятельных лиц. Другими словами, можно сказать, что маркетинг влияния выступает неким

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

продолжением «сарафанного радио». Благодаря этому, мнения лидеров оперативно масштабируются на большинство представителей группы. Поэтому оказывая точечное воздействие на ключевых представителей, можно эффективно донести необходимую информацию до широкой предпринимательской аудитории [1].

Традиционные способы коммуникации государственных институтов часто перенасыщены академическими терминами и огромными массивами информации. Предприниматели, работая в условиях ограниченного времени и высоких коммерческих рисков воспринимают подобные материалы, как «информационный шум».

Для достижения поставленной цели необходима точечная работа с целевой аудиторией и смещение фокуса из плоскости «государство против бизнеса» в плоскость «инструмента для защиты капитала». Это позволит снизить уровень дезинформации в среде и сформировать осознанную поддержку контрциклической политики регулятора.

Практическое воплощение данной идеи требует модернизации коммуникационных инструментов. В условиях перенасыщенности информационного пространства на смену многостраничным текстовым докладам приходят прикладные визуальные решения, такие как:

– анимация, позволяющая за секунды демонстрировать сложные макроэкономические процессы через графические элементы. Инструмент решает проблему дефицита времени и легко адаптируется под любые цифровые устройства [4];

– инфографика, структурирующая аналитические данные с помощью таблиц, диаграмм и блок-схем. Формат универсален и легко внедряется в веб-сайты или презентации, способствуя быстрому усвоению информации [2];

– концептуальные карточки-гайды, опровергающие стереотипы по схеме «миф – реальность». Они оптимизированы под мобильное приложение и подходят для большинства отраслей.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Регулирование современной экономики выходит за рамки механического управления монетарными агрегатами и изменения процентных ставок. Поскольку ключевым сегментом экономики является коммерческий сектор, макроэкономическая стабильность напрямую зависит от управления ожиданиями и когнитивными установками агентов. Рассмотренные в статье примеры показывают, что точечные, лаконичные и экономически выверенные инструменты коммуникации способны эффективно разрушать стереотипы бизнес-сообщества. Развенчание мифа о безусловной пользе льготных кредитов для развития предпринимательства и снижении цен помогает снизить системные инфляционные риски и предотвратить опасную конкуренцию за дефицитные ресурсы.

Переход Центрального Банка от академического просвещения к открытому партнерскому диалогу на языке интересов бизнес-сообщества способен изменить восприятие инструментов монетарной политики. Жесткая денежно-кредитная политика перестанет восприниматься реальным сектором как инструмент подавления, а начнет пониматься как механизм защиты оборотного капитала. Для достижения сдвига в настроениях предпринимателей важно тщательно подбирать каналы коммуникации. В конечном счете, такой подход не просто повышает прозрачность ДКП, но и закладывает фундамент доверия между государственным регулятором и бизнесом, что является главным условием устойчивого развития государства.

Список литературы

1. Алексеева, К. М. Особенности работы с лидерами мнений в современных B2B-коммуникациях / К. М. Алексеева // Вопросы медиабизнеса. – 2023. – Т. 2, № 4. – С. 21–29. – DOI 10.24412/3034-1930-2023-0270. – EDN NLTNHF.

2. Зотов, В. В. Инфографика как инструмент презентации организации в медиапространстве / В. В. Зотов, О. И. Молчанова // Цифровая социология. – 2024. – Т. 7, № 3. – С. 80–90. – DOI 10.26425/2658-347X-2024-7-3–80–90. – EDN VAJSCA.

3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2026 год и период 2027 и 2028 годов // СПС КонсультантПлюс. – URL:

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_517367/ (дата обращения: 25.09.2026). – Текст : электронный.

4. Попова, А. В. Разработка и внедрение анимированных баннеров в банковской сфере: дизайн, технологии, восприятие / А. В. Попова, К. О. Литвинчук // Материалы и технологии. – 2025. – №2 (16). – 2025. – С. 71–81. – DOI 10.24412/2617-149X-10.24412/2617-149X-2025-2-71-81. – EDN NWAUUM.

5. Экономическая теория. Макроэкономика-1, 2. Метаэкономика. Экономика трансформаций : учебник / под общ. ред. заслуженного деятеля науки РФ, проф., д. э. н. Г. П. Журавлевой. – Москва : Дашков и К°, 2014. – 920 с. – ISBN 978–5-394–01290–7.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)