

# КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА Национального банка Республики Беларусь

## ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая Коммуникационная политика устанавливает общие подходы к осуществлению Национальным банком Республики Беларусь (далее – Национальный банк) внешних и внутренних коммуникаций, связанных с информированием широкой общественности о реализации Национальным банком основных целей и задач своей деятельности.

Информационное взаимодействие Национального банка с государственными органами Республики Беларусь и иностранных государств, центральными банками иностранных государств и международными финансовыми организациями не является предметом регулирования настоящей Коммуникационной политики.

В основе Коммуникационной политики лежит стремление Национального банка к повышению открытости и прозрачности проводимой в Республике Беларусь денежно-кредитной политики для обеспечения максимально полного и четкого понимания всеми заинтересованными ее основных целей, задач и подходов к их достижению.

Реализация Коммуникационной политики является важнейшим условием успешного выполнения миссии Национального банка, которая заключается в обеспечении ценовой и совместно с Правительством Республики Беларусь финансовой стабильности как основы для устойчивого и сбалансированного развития экономики Республики Беларусь.

## ГЛАВА 2 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КОММУНИКАЦИЙ

Основной целью коммуникаций Национального банка является 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 платежной системы.

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.

### ГЛАВА 3 ПРИНЦИПЫ КОММУНИКАЦИЙ

Основными принципами коммуникаций Национального банка являются:

принцип открытости, предусматривающий обеспечение свободного доступа ко всей подлежащей распространению информации о Национальном банке, а также своевременное реагирование на информационные запросы со стороны основных целевых аудиторий и широкой общественности;

принцип надежности и полноты, означающий предоставление Национальным банком достоверной и точной информации в объеме, достаточном для формирования у ее получателей наиболее полного понимания сути вопроса;

принцип ясности, предусматривающий осуществление Национальным банком коммуникаций с использованием максимально понятной, всесторонней и обоснованной информации, адаптированной к запросам различных целевых аудиторий и учитывающей особенности восприятия ими получаемой информации;

принцип регулярности, подразумевающий предоставление Национальным банком необходимой информации ее потребителям на постоянной основе с использованием всех имеющихся в его распоряжении каналов и средств коммуникаций;

принцип оперативности, обеспечивающий распространение актуальной информации о фактах, действиях и принимаемых Национальным банком решениях в максимально короткие сроки.

## ГЛАВА 4 ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

Национальный банк проводит политику открытых и инициативных коммуникаций, основанных на регулярном двустороннем диалоге с представителями широкой общественности. При этом, принимая во внимание различный уровень экономических знаний отдельных социальных групп, особенности восприятия ими информации как с точки зрения языкового оформления, так и формы ее подачи, Национальный банк выделяет следующие основные целевые аудитории для наиболее активного взаимодействия:

физические лица – граждане Республики Беларусь, иностранные граждане и лица без гражданства, участвующие в экономической и социальной жизни Республики Беларусь, а также общественные объединения и иные организации, представляющие их интересы;

субъекты хозяйствования – юридические лица и индивидуальные предприниматели, а также организации, представляющие их интересы;

профессиональные участники финансового рынка – банки, небанковские кредитно-финансовые, лизинговые и микрофинансовые организации, форекс-компании, являющиеся резидентами Республики Беларусь, а также организации, представляющие их интересы;

экспертное и научное сообщество – представители аналитических, исследовательских, научных, образовательных учреждений и организаций, специализирующиеся на изучении вопросов экономики и финансов;

средства массовой информации – журналисты печатных и электронных средств массовой информации, специализирующиеся на освещении вопросов социально-экономического и финансового характера; работники Национального банка – руководители и специалисты Национального банка, непосредственно задействованные в процессе реализации Национальным банком основных целей и задач своей деятельности.

Указанные целевые аудитории, за исключением работников Национального банка, могут включать представителей как белорусской, так и зарубежной общественности.

## ГЛАВА 5 КАНАЛЫ И СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИЙ

Выбор Национальным банком каналов и средств коммуникаций должен обеспечивать донесение актуальной информации соответствующим целевым аудиториям способом, который в максимальной степени соответствует их запросам с точки зрения формы, содержания и языкового оформления.

Основным каналом коммуникаций Национального банка является официальный сайт Национального банка в глобальной компьютерной сети Интернет [www.nbrb.by](http://www.nbrb.by) (далее – сайт Национального банка).

На сайте Национального банка размещаются все официальные пресс-релизы, информационные сообщения, статистические и аналитические материалы, а также иная информация, относящаяся к компетенции Национального банка и затрагивающая интересы широкого круга граждан, профессиональных участников финансового рынка и субъектов хозяйствования.

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](http://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;

использования иных способов в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

## ГЛАВА 6 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ

Национальный банк осуществляет регулярную оценку эффективности внешних и внутренних коммуникаций с точки зрения достижения цели и реализации основных задач коммуникационной политики, соблюдения основных принципов коммуникаций, результативности использования различных каналов и средств коммуникаций в работе с основными целевыми аудиториями.

Оценка коммуникаций необходима для понимания того, насколько распространяемая Национальным банком информация известна и понятна широкой общественности, а также как общественность воспринимает инициативы Национального банка.

Надлежащая оценка коммуникаций позволяет выявить сильные и слабые стороны коммуникационной политики с целью повышения ее результативности путем своевременного изменения подходов к ее реализации.

Проведение оценки помогает более эффективно взаимодействовать с основными целевыми аудиториями и расширять способы их охвата для обеспечения должного восприятия информации.