



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ
MƏRKƏZİ BANKI

İŞÇİ MƏQALƏLƏRİ SİLSİLƏSİ
№ 18/2013

MƏRKƏZİ BANKLARDA STRATEJİ
KOMMUNİKASIYA

Aftandil Babayev
Ağanemat Ağayev

Qeyd: Bu tədqiqat işində ifadə olunan fikirlər müəlliflərə məxsusdur və Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının rəsmi mövqeyi ilə üst-üstə düşməyə bilər.

Mərkəzi banklarda strateji kommunikasiya¹

Xülasə

Məqalədə mərkəzi banklarda kommunikasiyanın strateji rolu və onunla iqtisadi gözləntilər arasında əlaqə məsələləri araşdırılmışdır.

Kommunikasiyanın iqtisadi gözləntilərə təsiri elmi-nəzəri baxımdan təhlil edilmiş, həmçinin bu iki kateqoriyanın qarşılıqlı təsirinin qiymətləndirilməsinin vacibliyi göstərilmişdir.

Mərkəzi banklarda kommunikasiya hadisələrinin iqtisadi gözləntilərə təsirinin qiymətləndirilməsi üzrə metodoloji çərçivə təklif edilmiş, sadə misal əsasında metodoloji alqoritm izah edilmişdir.

Həmçinin Azərbaycan Mərkəzi Bankında strateji kommunikasiya işinin təşkili, o cümlədən gözləntilərin daha effektiv idarə olunması ilə bağlı məsələlər qeyd olunmuşdur.

Abstract

The paper investigates the strategic role of communication at the central banks relationship issues between communications and economic expectations.

The impact of communications to economic expectations were analyzed from scientific-theoretical points of view, also were shown the estimation necessity of these two categories.

The methodological framework about estimation of impacts from communication acts to economic expectations were suggested, the methodological algorithm were explained by simple example.

Also, in the paper noted the organization of strategic communication, of which effective management of expectations at the Central Bank of Azerbaijan.

Açar sözlər: strateji kommunikasiya, şəffaflıq, siyasət manevrləri, iqtisadi gözləntilər.

Key words: strategic communication, transparency, policy maneuvers, economic expectations.

Jel classification: D83, D84, E58

¹Müəlliflərin e-mail ünvanları:

[Aftandil Babayev@cbar.az](mailto:Aftandil_Babayev@cbar.az)

[Aganemat Agayev@cbar.az](mailto:Aganemat_Agayev@cbar.az)

GİRİŞ

Müasir mərkəzi banklar strateji kommunikasiya məsələlərinə, o cümlədən hədəf qrupları ilə münasibətlərin hərtərəfli inkişaf etdirilməsinə getdikcə daha çox önəm verirlər. Təhlillər göstərir ki, bu meqa-tənzimləmə institutlarının müsətəqillik dərəcəsi yüksəldikcə onların siyasət və funksional hesabatlılığına dair artan tələbkarlıq şəffaflıq səviyyələrinin artmasına səbəb olur. Eyni zamanda, buna zərurət onların həyata keçirdikləri siyasət istiqamətlərinin keyfiyyətli implementasiyası ehtiyaclarından irəli gəlir.

Bençmark mərkəzi bankların qabaqcıl təcrübəsi də göstərir ki, siyasət hədəflərinin səliss müəyyən edilməsi, habelə pul və maliyyə sabitliyi siyasətinə strateji yanaşmanın mövcud olması üçün siyasət qərarlarının şəffaflığı yüksəldilməlidir. Haan, Eijffinger və Rybinski (2007).

Bu baxımdan şəffaflığın, strateji kommunikasiya taktikalarının iqtisadi baxımdan faydalılığı darin araşdırmalar və ölçmələr tələb edən məsələlərə aiddir.

Araşdırmalar göstərir ki, hazırda mərkəzi bankların iqtisadiyyata təsir etmək imkanları faiz dərəcələrinin təkəcə hazırkı səviyyəsindən deyil, həmçinin siyasət parametrlərinin gələcək dövrdə müvafiq bazar gözləntilərinə təsir qabiliyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bu isə o deməkdir ki, hədəf qruplarının mərkəzi bankların hazırkı və gələcək siyasət maneərlərini düzgün başa düşməsi başlıca siyasət istiqamətlərinin, o cümlədən pul, məzənnə, maliyyə sabitliyi impulslarının səmərəliliyinin təmin edilməsi üçün olduqca vacibdir.

İqtisadi gözləntilər mərkəzi bankların siyasət parametrlərini müəyyən edən başlıca amil olduğu kimi, həyata keçirilən siyasət tədbirləri də öz növbəsində iqtisadi gözləntilərə təsir göstərir. Bu təsir isə bilavasitə mərkəzi bankların kommunikasiyası vasitəsilə baş verir. Mərkəzi bankların kommunikasiyası siyasət parametrlərini iqtisadi agentlərə bəyan edir, bununla da onların gözləntilərinə təsir edir. Gözləntilər isə öz növbəsində yenidən tələb və təklifə təsir göstərməklə siyasət dəyişənlərinin effektivliyinə təsir göstərmiş olur. Beləliklə, mərkəzi bankların kommunikasiyasının müvafiq iqtisadi gözləntilərə təsirinin öyrənilməsi onun həyata keçirdiyi siyasətin effektivliyinin qiymətləndirilməsi üçün zəruri şərtə çevrilmiş olur.

Xüsusilə də strateji perspektivdə pul siyasətində inflyasiyanın hədəflənməsi rejiminə keçidi planlaşdıran mərkəzi banklar üçün iqtisadi gözləntilərin, o cümlədən kommunikasiya hadisələrinin ona təsirinin dərinədən öyrənilməsi daha vacib əhəmiyyət kəsb edir.

Bu baxımdan, qeyd olunan nəzəri ümumiləşmələrin empirik səviyyədə davamı

kimi məqalədə sadə metodoloji alqoritmlə mərkəzi bankda kommunikasiya hadisələrinin iqtisadi gözləntilərə təsirinin ölçülməsi nümunəsi tədqim olunur.

1. Mərkəzi bankların şəffaflığı və strateji kommunikasiya

Mərkəzi bankçılığın inkişaf tarixinə nəzər salarkən bu siyasət institutarının əvvəllərdə daha çox qapalı dövlət təşkilatları kimi fəaliyyət göstərdiklərini görürük. Hazırda mərkəzi bankların böyük əksəriyyəti müxtəlif hədəf qrupları ilə kommunikasiyanın qurulmasına və inkişaf etdirilməsinə daha çox önəm verirlər. Belə ki, mərkəzi bankların müsətəqillik dərəcəsi yüksəldikcə onların siyasət və funksional hesabatlılığına dair dövlətin və ictimai institutların artan tələbkarlığı şəffaflığın artırılmasına əhəmiyyətli təkan verir.

Digər tərəfdən, bank-maliyyə sisteminin dövlət tənzimlənməsi üzrə bu meqa institutlar əvvəllər hüquqi vətəndaş cəmiyyətinin şəffaflıq çağırışlarına görə daha çox “açıq” olmağa çalışdırlarsa, hazırda buna zərurət onların həyata keçirdikləri siyasət istiqamətlərinin keyfiyyətli implementasiyası ehtiyaclarından irəli gəlir.

Beləliklə, hazırda mərkəzi banklar ictimaiyyətlə kommunikasiyanın qurulmasına əvvəlki dövrlərdən daha artıq diqqət yetirir, zaman keçdikcə müstəqillikləri artdığından öz siyasət qərarlarını və fəaliyyət taktikalarını aydın izah etməyə daha çox əhəmiyyət verirlər. Poole (2005)

Bu istiqamətdə Böyük Britaniya, İsveç, Yeni Zelandiya, Kanada, Türkiyə mərkəzi banklarını, eləcə də Federal Rezerv Sistemini qabaqcıl nümunələr kimi göstərmək olar. XX əsrin sonlarından başlayaraq bu kimi mərkəzi banklarda siyasət hədəflərinin səliss müəyyən edilməsi, həmçinin pul və maliyyə sabitliyi siyasətinə strateji yanaşmanın mövcud olması burada siyasət qərarlarının şəffaflığını yüksəltmişdir.

Son onilliklərin böyük iqtisadi böhranları, xüsusilə də sonuncu qlobal maliyyə böhranının dərsləri bir daha göstərdi ki, siyasət qərarlarının tətbiq effektivliyi baxımından, xüsusilə də böhran şəraitində bazar konyekturalarında yaranan qeyri-müəyyənliklərin rasional idarə olunması üçün mərkəzi bankların strateji kommunikasiyası mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Mərkəzi bankçılıqla bağlı aparılan müasir tədqiqatlarda və analitik yazılarda sözügüdən institutların şəffaflıq məsələlərinə təkəcə hüquqi məsələ kimi baxılmır, eyni zamanda şəffaflıq və kommunikasiya məsələləri iqtisadi baxımdan qiymətləndirilir, öyrənilir. Belə ki, şəffaflıq meyilləri mərkəzi bank hesabatlığı məsələləri ilə izah edilməklə yanaşı, bunun iqtisadi baxımdan faydalılığı darin araşdırmalar və ölçmələr tələb edən məsələlərdəndir.

2. Kommunikasiyanın gözləntilərə təsiri

Mərkəzi banklarda siyasət istiqamətlərinin (pul siyasəti, maliyyə sabitliyi siyasəti, pdudensial siyasət və s.) transmissiyası mexanizminin xüsusiyyətlərini müəyyən edən iqtisadiyyatın struktur məsələlərindən asılı olaraq fərqli yöndə tədqiqat işləri aparılır, bu baxımdan kommunikasiyanın müxtəlif strateji aspektləri öyrənilir.

Bu istiqamətdə geniş yayılmış üç modeli göstərmək olar Cukierman (2002):

- neo-monetarist Lukas modeli;
- geriyyə istiqamətlənmiş qiymətləndirmə ilə neo-Keynesian modeli;
- irəli istiqamətlənmiş qiymətləndirmə ilə neo-Keynesian modeli.

Belə ki, şəffaflıq və kommunikasiya məsələlərinin iqtisadiyyata təsiri bu modellər üzrə fərqlənir.

Bu nəzəri tədqiqatla yanaşı son zamanlar bir sıra empirik araşdırmalarda mərkəzi bank şəffaflıq indekslərindən istifadə edilməklə şəffaflığın iqtisadi nəticələri öyrənilməkdədir. Eicfinger və Gerats (2006).

Məsələn, bu araşdırmalarda müəyyən olunur ki, 87 ölkənin müşahidəsi üzrə mərkəzi banklar tərəfindən bəyan edilən siyasət və hədəf proqnozlarına əsaslanan şəffaflıq indeksi, mərkəzi bankçılığın əsas siyasət fenomeni olan inflyasiya səviyyəsi ilə tərs mütənasibdir. Yəni, hansı iqtisadiyyatlarda mərkəzi bankların siyasət və fəaliyyət kommunikasiyaları daha güclüdürsə o iqtisadiyyatlarda inflyasiya səviyyəsi daha aşağıdır.

Mərkəzi bankların kommunikasiyasının iqtisadi sistemə təsirlərinə dair araşdırmalarda şəffaflığın müxtəlif kateqoriyaları fərqləndirilir: siyasi, iqtisadi, prosedur və əməliyyat şəffaflığı kateqoriyaları. Gerats (2002).

Belə bir nəzəri iddia elmi mənbələrdə artıq öz təsdiqini tapmışdır ki, hazırda mərkəzi bankların iqtisadiyyata təsir etmək imkanları faiz dərəcələrinin təkə hazırkı səviyyəsi ilə deyil, həmçinin siyasət parametrlərinin gələcək dövrdə müvafiq bazar gözləntilərinə təsir qabiliyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bu isə o deməkdir ki, pul, məzənnə, maliyyə sabitliyi və digər siyasət impulslarının səmərəliliyinin təmin edilməsi üçün hədəf qruplarının hazırkı və gələcək siyasət manevrlərini düzgün başa düşməsi olduqca vacibdir.

Beləliklə, mərkəzi bankların siyasət “maşınları” getdikcə daha çox gözləntilərin idarə edilməsinə istiqamətlənməkdədir. Bu isə nəticə etibarilə son illərdə kommunikasiya məsələlərini mərkəzi bankların siyasət alətləri panelində başlıca elementlərdən biri kimi göstərir.

Hazırkı müşahidələr göstərir ki, bençmark mərkəzi banklar siyasət istiqamətlərinin, xüsusilə də pul siyasətinin müəyyən olunmasında kommunikasiyadan əsas vasitə kimi istifadə edirlər. Məsələn, bəzi mərkəzi banklar, o cümlədən Federal Ehtiyatlar Sistemi, həmçinin İngiltərə Mərkəzi Bankı tərəfindən pul siyasəti komitələrinin iclas qrafiklərinin və iclasların nəticəsi olaraq protokolların və səsvermə nəticələrinin dərc edilməsi, habelə Avropa Mərkəzi Bankı tərəfindən qərar qəbul edici orqanının toplantı günündə keçirilən mətbuat konfransında pul siyasəti qərarlarının şərhinə xüsusi yer verilməsi buna bariz misaldır.

Strateji kommunikasiya taktikalarının mərkəzi bank siyasətçiləri üçün getdikcə artan əhəmiyyəti bu mövzuda akademik ədəbiyyatın artmasında öz əksini tapır. Bu mənbələrdə kommunikasiyanın mərkəzi banklar üçün faydalılığının iki mühüm tərəfi önə çəkilir.

Əvvəla, strateji kommunikasiya taktikaları müvafiq iqtisadi gözləntilərə təsir etmək üçün birbaşa və ən səmərəli vasitədir. Bu səbəbdən kommunikasiya pul siyasətinin effektivliyinin artırılması və nəticə etibarilə mərkəzi bankın iqtisadiyyatdakı hədəflərinin təmin edilməsi baxımından əhəmiyyətli rol oynayır.

Digər tərəfdən, strateji kommunikasiya taktikaları maliyyə bazarlarındakı təlaşların azaldılması məqsədilə dizayn edilə bilər. Bu həssas zamanlarda siyasət şəffaflığının artırılması hadisələrin inkişafının, eləcə də mərkəzi bankın buna adekvat fəaliyyətinin daha yaxşı proqnozlaşdırılmasına kömək edəcəkdir. Bu isə öz növbəsində maliyyə bazarlarındakı vəziyyətin rəasional tənziqlənməsinə imkan verəcəkdir.

Strateji kommunikasiya manevrlərinin gücləndirilməsi və şəffaflığın artırılmasının üstünlüklərini qeyd etdiyimiz halda unutmamalıyıq ki, maksimal şəffaflıq və daha artıq informasiya həmişə optimal kommunikasiya demək deyildir.

Nəzəri baxımdan maksimal şəffaflıq və daha artıq informasiyaya hədəflənən strateji kommunikasiyanın qiymət sabitliyi və iqtisadi inkişafın dəstəklənməsi kimi başlıca məqsədlərin realizasiyasında vacibliyi birmənalı təsdiqlənmir. Wudford (2005). Belə ki, mərkəzi banklar hər hansı bir siyasət modelinə (nümunəsinə) istinad etdikdə kommunikasiya alətinin prioritetlik dərəcəsi aşağı düşür.

Burada hədəf qruplarının adətən rəasional gözləntilərə malik olduğu nəzərə alınır və buna görə də siyasət modeli ilə bağlı hər hansı sisteməlik nümunə hətta intensiv kommunikasiya olmadan belə mərkəzi bankın siyasət manevrlərindən düzgün nəticə çıxarmağa imkan verir. Belə ki, gələcək faiz dərəcələrinin proqnozlaşdırılması zamanı iqtisadi məlumatları (proqnozları) mərkəzi bankın siyasət qaydası baxımından şərh etmək hədəf qruplarına kifayət edir. Beləliklə, mərkəzi bankların intensiv kommunikasiyasına ehtiyac qalmır.

Yuxarıda qeyd olunanlardan irəli gələrək, bəzi müəlliflər (Faust və Svensson (2001)) belə hesab edir ki, siyasət modellərinin və manevrlərinin aydın olması elə yüksək şəffaflığın özü deməkdir.

Buradan belə nəticəyə gələ bilərik ki, mərkəzi bankçılıqda strateji kommunikasiyanın əhəmiyyəti əsasən üç amildən irəli gəlir:

- qeyri-rasional gözləntilər;
- siyasət manevrləri ilə bağlı informasiya assimetrikliyi;
- siyasət modellərinin və qaydalarının qeyri-müəyyənliyi.

Bu amillərdən hər hansı birinin və ya bir neçəsinin mövcud olması mərkəzi bankın strateji kommunikasiya alətlərinin iqtisadiyyata, o cümlədən maliyyə bazarlarına potensial təsir imkanlarının yüksək olduğunu göstərir. Yəni, bu hallarda strateji kommunikasiya alətləri aktiv şəkildə işə salınmalı, iqtisadiyyatın və bazarın informasiya ehtiyacı ödənilməlidir.

Kommunikasiyanın iqtisadi, o cümlədən monetar gözləntilərə, bununla da mərkəzi bankların siyasət effektivliyinə təsiri baxımından qeyd olunması zəruri olan məsələlərdən biri də maariflənmə ilə bağlıdır. Bernanke (2004) qeyd edir ki, ictimaiyyət mərkəzi bankın vəziyyətə reaksiya vermə taktikası haqqında məlumatlı olmaq üçün kifayət qədər savadlı deyilsə iqtisadiyyatda rasional gözləntilər tarazlığının bir nöqtədə cəmləşəcəyinə zəmanət verilmir.

Beləliklə, hədəf qruplarının maariflənmə prosesi özlüyündə iqtisadiyyatın davranışına təsir edir. Maliyyə savadlılığı aşağı olan iqtisadiyyatlarda mərkəzi bankların siyasət manevrləri qeyri-sabit və ya qeyri-müəyyən nəticələrə gətirib çıxara bilər. Bu halda maliyyə savadlılığının artırılması hədəfləri mərkəzi bankların kommunikasiya strategiyalarının başlıca elementinə çevrilməlidir. Yalnız, maariflənməmiş agentlərə yönəlmiş strateji kommunikasiya taktikaları lazımi effekti verə bilər.

Mərkəzi banklarda strateji kommunikasiyanın dizaynerləri daim nəzərə almalıdırlar ki, maliyyə bazarlarının iştirakçıları, eləcə də digər hədəf qrupları bu məsələlər barəsində mərkəzi bankın siyasət qurucuları qədər savada və informasiyaya malik deyillər. Burada informasiya asimetrikliyi mövcud olduqda, ictimaiyyət və mərkəzi bank müxtəlif məlumatlar yaydıqda ictimaiyyətin öz gözləntilərini korrekte etməsinə nail olunması mərkəzi bankların əsas vəzifəsinə çevrilməlidir.

Bu halda mərkəzi bank siyasət modeli (rejimi) və özünün reaksiya funksiyası barədə məlumat verə bilər. Bu, özəl sektorun mərkəzi bankın siyasət manevrlərini proqnozlaşdırmaq qabiliyyətinin artmasına səbəb olacaqdır.

Kohn və Sack (2004) iddia edirlər ki, siyasət institutları, xüsusilə də mərkəzi banklar iqtisadiyyatın effektiv proqnozlaşdırıcısı kimi etimad qazandığı təqdirdə, onların iqtisadi siyasət bəyanatlarına böyük inam mövcud olacaqdır.

Burada vacib məqamlardan biri də odur ki, mərkəzi banklar siyasət manevrləri ilə bağlı xüsusi informasiyaya malik olduqlarında onun hansı şəraitdə və necə açıqlanmasını düzgün müəyyən edə bilməlidirlər.

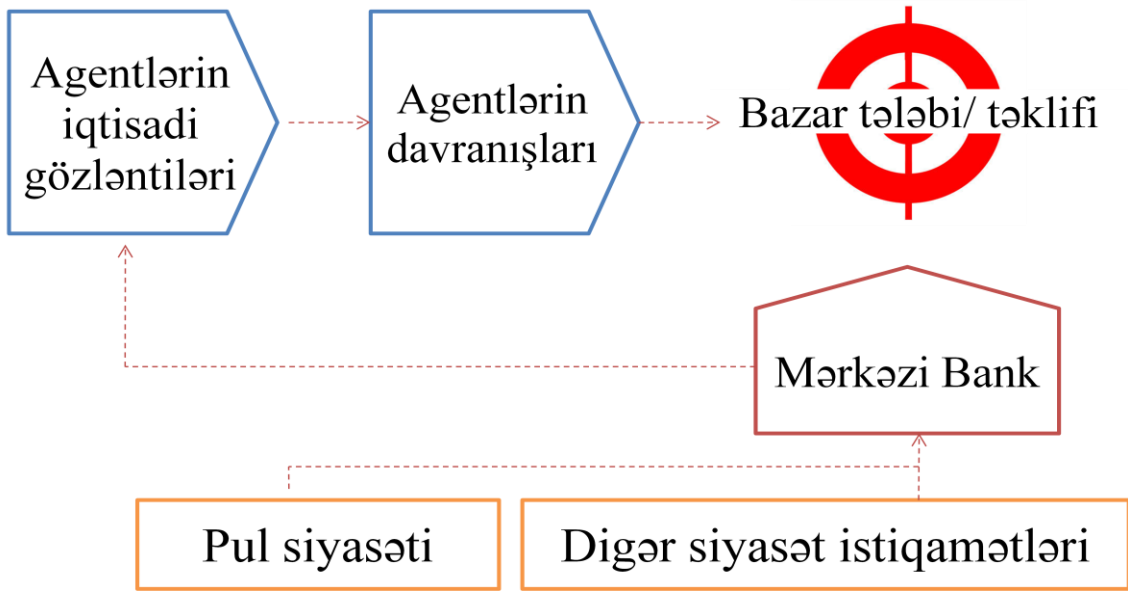
Bernankeyə görə (2004), bu sahədə mühüm problemlərdən biri də ondan ibarətdir ki, monetar siyasətin qarşılaşa biləcəyi gözlənilməz hallar sonsuz saydadır, lakin bütün hallarda siyasət onlara cavab verməlidir. Buna görə də Avropa Mərkəzi Bankının keçmiş prezidenti Trişe də daxil olmaqla bir qrup siyasət simaları mərkəzi banklar tərəfindən mərhələli şəkildə qərar qəbul edilməsinin vacibliyini bəyan etmişlər. Bu yanaşmaya görə, düzgün strateji kommunikasiya tələb edir ki, mərkəzi banklar qeyri-ənənəvi olaraq bəzi siyasət parametrləri ilə bağlı əvvəldən üzərlərinə öhdəlik götürməməlidirlər. Məhz, yaxın və gözlənilən iqtisadi hadisələr barədə şərh verməklə və ya işarə etməklə mərkəzi banklar maliyyə bazarlarının gözləntilərinə rəşional təsir edə bilirlər.

Mərkəzi Banklarda strateji kommunikasiyanın keyfiyyət məsələlərinin öyrənilməsi kommunikasiyanın iqtisadi gözləntilərə təsirinin qiymətləndirilməsini tələb edir.

3. Kommunikasiyanın gözləntilərə təsirinin qiymətləndirilməsinin zəruriliyi

İqtisadi agentlərin iqtisadi gözləntiləri onların davranışını müəyyən edən başlıca determinantlardan biridir. İqtisadi agentlərin davranışı isə öz növbəsində istər əmtəə və xidmətlər bazarında, istərsə də maliyyə bazarlarında məcmu tələb və məcmu təklifin dəyişməsinə müəyyən edir. Mərkəzi Bankın həyata keçirdiyi siyasət istiqamətləri (pul siyasəti, məzənnə siyasəti və s.) tələb və təklifə təsir etməklə geniş mənada iqtisadiyyatda tarazlığın və maliyyə sabitliyinin təmin olunmasına yönəltdiyi üçün həm də bilavasitə iqtisadi gözləntilərin təsirindən asılı olur. Bu baxımdan iqtisadi gözləntilərin öyrənilməsi Mərkəzi Bankın siyasət dizaynı üçün vacibdir.

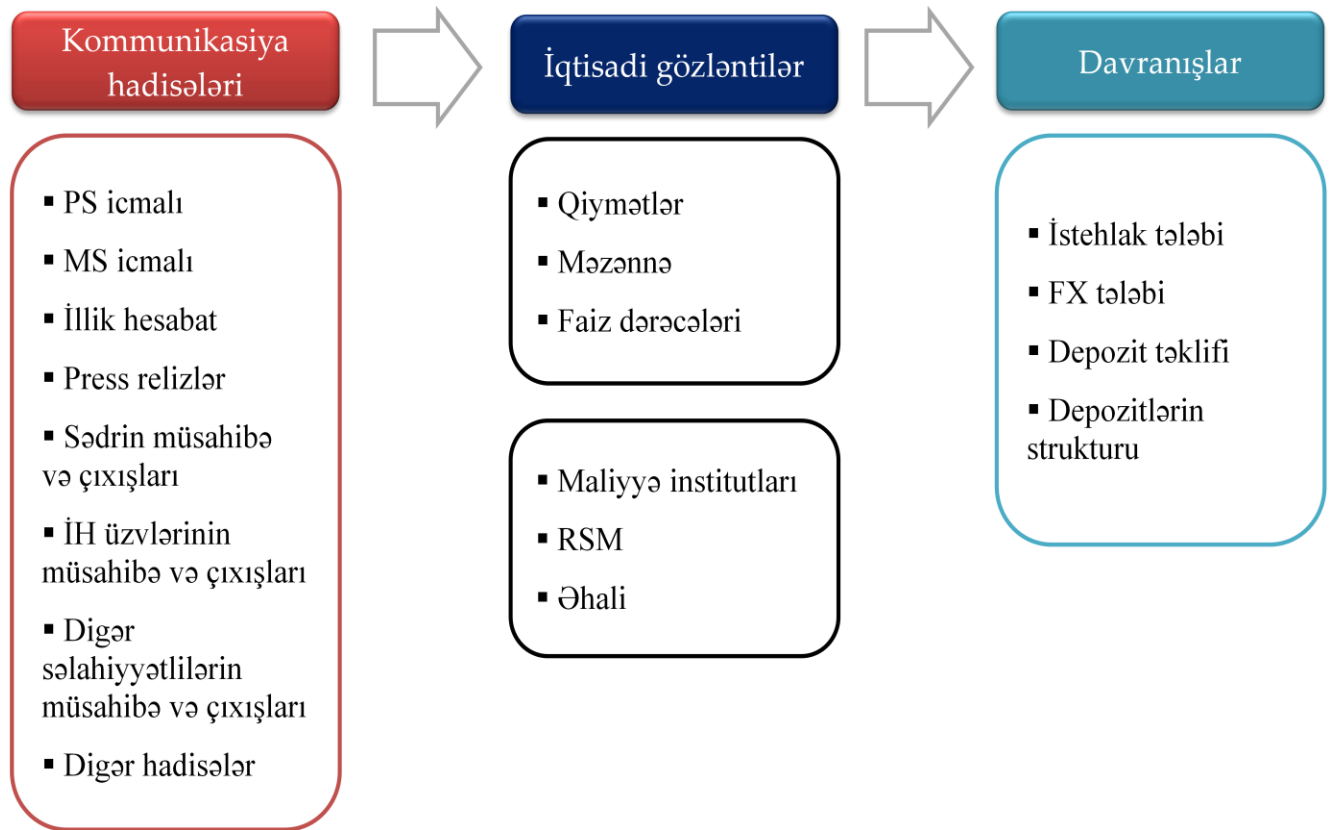
Şəkil 1. Siyasətin kommunikasiyası və gözləntilər



İqtisadi gözləntilərlə Mərkəzi Bankın siyasəti arasında əlaqə funksionaldır. Deməli, iqtisadi gözləntilərin idarə olunması onun siyasət parametrlərini müəyyən edən mühüm amillərdən biri olduğu kimi, həyata keçirilən siyasət tədbirləri də öz növbəsində iqtisadi gözləntilərə təsir göstərir. Sonuncu təsir bilavasitə mərkəzi bankların kommunikasiyası vasitəsilə baş verir. Beləliklə, mərkəzi bankların kommunikasiyası siyasət parametrlərini (dizaynını, qərarları və s.) iqtisadi agentlərə (əhaliyə, şirkətlərə və s.) bəyan edir və bununla da onların gözləntilərinə təsir edir. Gözləntilər isə yenidən tələb və təklifə təsir göstərməklə siyasət dəyişənlərinin effektivliyinə təsir göstərmiş olur. Buna görə də mərkəzi bankların kommunikasiya hadisələrinin iqtisadi gözləntilərə təsirinin öyrənilməsi onun həyata keçirdiyi siyasətin effektivliyinin qiymətləndirilməsi üçün zəruri şərtidir.

Strateji perspektivdə pul siyasətində inflyasiyanın hədəflənməsi rejiminə keçidi planlaşdıran mərkəzi banklar üçün iqtisadi gözləntilərin, o cümlədən kommunikasiya hadisələrinin ona təsirinin dərinlən öyrənilməsi daha böyük əhəmiyyətə malikdir.

Şəkil 2. Kommunikasiyanın davranışlara təsiri



Burada: PS - pul siyasəti; MS – maliyyə sabitliyi, İH – İdarə Heyəti, RSM – real sektor müəssisələri; FX (foreign exchange) – xarici valyuta.

4. Kommunikasiyanın gözləntilərə təsirinin ölçülməsi metodologiyası

Mərkəzi bankların kommunikasiyasının gözləntilərə təsiri misalına sadə metodoloji nümunədə baxaq:

Fərz edək ki, hədəf qrupu bir subyektdən ibarətdir, onun bir (faiz dərəcələri ilə bağlı) gözləntisi var və mərkəzi bank tərəfindən həmin gözləntiyə təsir edə biləcək bir kommunikasiya hadisəsi (bəyanat sənədinin nəşri) baş verir. Eyni zamanda, həmin gözləntiyə təsir edə biləcək 2 kənar (ekzogen) informasiya kanalı vardır – kanal-1 və kanal-2. Beləliklə:

Mərkəzi bank bəyan edir ki, faiz dərəcələri sabit olacaq;

Kanal-1 bəyan edir ki, faiz dərəcələri sabit olacaq;

Kanal-2 bəyan edir ki, faiz dərəcələri yüksələcək.

Hədəf qrupu olan vahid subyektin gözləntisi sorğu vasitəsilə öyrənilir. Burada nəzəri və praktiki olaraq 2 cavab variantı mümkündür:

1-ci mümkün variant: respondent faiz dərəcələrinin yüksələcəyini gözləyir, deməli, mərkəzi bankın kommunikasiyasının təsiri sıfır (0) bərabərdir.

2-ci mümkün variant: respondent faiz dərəcələrinin sabit qalacağını gözləyir, deməli mərkəzi bankın kommunikasiyasının təsiri mövcud ola bilər və onun təsirinin kəmiyyəti respondentin gözləntisinə kanal-1-in təsir gücündən asılıdır.

Əgər respondentin gözləntisinə kanal-1-in kommunikasiya hadisəsi $x\%$ təsir göstərmişdirsə (bu, sorğu sualı ilə müəyyən oluna bilər), deməli mərkəzi bankın kommunikasiya hadisəsi $(1-x)\%$ təsir göstərmişdir. Nəticədə, mərkəzi bankın kommunikasiyasının təsiri $(1-x)\%$ -dir.

Qeyd edək ki, empirik halda, məsələnin şərtinin mürəkkəbliyi vəziyyətində riyazi normallaşdırma metodlarından istifadə olunacaqdır.

İrəli sürülən metodologiyanın implementasiyası bir sıra məlumatların, o cümlədən mərkəzi bankların kommunikasiya məhsullarının statistikasının, iqtisadi gözləntilərin öyrənilməsi ilə bağlı keçirilən sorğunun məlumatlarının və təhlili ümumiləşdirilmiş nəticələrinin, iqtisadi gözləntilərə təsir edən eqzogen kanalların qiymətləndirilməsi ilə bağlı məlumatlar sisteminin hazırlanmasını tələb edir.

5. Azərbaycan Mərkəzi Bankında strateji kommunikasiyanın təşkili

Qlobal miqyasda mərkəzi bankçılıq, o cümlədən onun strateji kommunikasiyasının ən müasir çağırışlarını yaxından izləyən Azərbaycan Mərkəzi Bankı öz mandatını müvəffəqiyyətlə yerinə yetirərək dövlətin iqtisadi inkişaf strategiyasına aktiv dəstək verir, makroiqtisadi sabitliyi etibarlı şəkildə qoruyur, bank və ödəniş sistemlərinin inkişafını təmin edir, ictimai dəyər yaradan digər mühüm funksiyaları effektiv həyata keçirir.

Bankın Sədri Elman Rüstəmovun qeyd etdiyi kimi, Bank makroiqtisadi institut və meqatənzimləyici orqan kimi uzun illər ərzində korporativ idarəetmə ənənəsini və dəyərlərini formalaşdırmışdır. Bank özünün insan kapitalını inkişaf etdirmiş, ən son texnoloji innovasiyalardan bəhrələnmiş, intensiv ölkədaxili və beynəlxalq əməkdaşlığa nail olmuşdur. Bu işlər Bankın fəaliyyətinin səmərəli qurulmasına imkan vermiş, nəticədə ona yüksək ictimai inam formalaşmışdır.

Əldə olunmuş nailiyyətlərə bundan sonra da Bankın missiyasını uğurla həyata keçirmək üçün dəyərli aktivlər kimi baxılır. Bunların bazasında yaranan yeni prioritetlər yeni strateji dövrdə qarşıda dayanan mühüm çağırışlar kimi Bankın inkişaf strategiyasında öz əksini tapmışdır.

Azərbaycan Mərkəzi Bankının məqsəd və funksiyalarının uğurla və effektiv

yerinə yetirilməsinin mühüm amillərindən biri kimi kommunikasiyanın inkişafına daim diqqət verilmişdir. Bununla əlaqədar son illər Bankda kommunikasiyanın təşkili daha da təkmilləşmiş və modern səviyyəsinə hədəflənmişdir.

Bu məqsədlə qəbul olunmuş Bankın inkişaf strategiyasının mühüm elementlərindən biri olan Kommunikasiya strategiyası Bankın şəffaflıq səviyyəsini daim artırmağa, pul siyasətini və bank quruculuğu işini ictimaiyyətə aydın çatdırmağa, bununla da Banka olan etimadı daha da gücləndirməyə hədəflənmişdir.

Göstərilən hədəflərin realizasiyası məqsədlə kommunikasiya strategiyası əsasında müvafiq proqram layihələri işlənmişdir. Azərbaycan Mərkəzi Bankında Modern kommunikasiya sisteminin yaradılması Proqramı Bankın 2011-2014-cü illər üçün qəbul olunan strateji hədəflərdən biri kimi müəyyən olunmuşdur.

Hazırda üç layihəni birləşdirən Proqramda müvafiq alt hədəflərin realizasiyası nəzərdə tutulur. “Xarici kommunikasiya sisteminin yaradılması” layihəsi üzrə xarici kommunikasiya sistemi üçün Böhran kommunikasiyası mexanizmi, habelə Sözcülər qrupu kimi mühüm strateji təşkilati infrastrukturların yaradılması nəzərdə tutulur.

Əsas xarici kommunikasiya kanalı kimi rəsmi internet sahifəsinin daim təkmilləşdirilməsi nəzərdə tutulur, Bankın nüfuzlu sosial şəbəkələrdə iştirakı imkanları qiymətləndirilir.

Mütərəqqi dünya təcrübəsindən də görüldüyü kimi Mərkəzi Bank rəhbərliyinin xarici kommunikasiyasının effektiv təşkili siyasətin və fəaliyyətin düzgün kommunikasiyasının mühüm şərtidir. Bu baxımdan sözügedən istiqamətdə aparılan işlərin daha sistemli şəkllə salınması, eləcə də ən müasir metodlardan istifadə olunması sözügedən layihəsin başlıca alt hədəflərindən biridir.

Layihənin digər alt hədəfi kimi xarici kommunikasiyanın inkişaf məsələlərinin öyrənilməsi (Xarici imic araşdırması, Kommunikasiyanın iqtisadi gözləntilərə təsirinin ölçülməsi və s.) isə öz növbəsində strateji kommunikasiya məhsullarının keyfiyyətinin ölçülməsinə və hədəflərin realizasiya səviyyəsinin müəyyən olunmasına imkan verəcəkdir.

“Daxili kommunikasiya sisteminin yaradılması” layihəsi üzrə müasir və intensiv daxili kommunikasiya kanallarının yaradılması, rəhbərliyin daxili kommunikasiyasının effektiv təşkili, həmçinin daxili imicin yüksəldilməsi, eləcə də hər bir əməkdaşın Bankın “səfirinə” çevrilməsinə yönələn loyallıq məsələsi üçün mühüm olan korporativ tədbirlərin təşkili kimi alt hədəflər müəyyən olunmuşdur.

“Korporativ sosial məsuliyyət (KSM) institutunun yaradılması” layihəsi isə Bankın imicinin və ona etimadın daha yüksəldilməsinə yönələn KSM siyasəti üzrə

konseptual çərçivənin hazırlanması, KSM fəaliyyətinin, o cümlədən maliyyə savadlılığı layihələrinin vahid sistem halında təşkili, həmçinin korporativ könüllülük mexanizminin yaradılması istiqamətlərində alt hədəflərə yönəlmişdir.

Ümumilikdə qəbul edilən strateji kommunikasiya hədəflərinin uğurlu realizasiyası şəffafliq səviyyəsini rəşional əsasda daim artırmağa, Bankın siyasət istiqamətlərini və fəaliyyətini ictimaiyyətə aydın çatdırmağa, bununla da ona olan etimadı daha da yüksəltməyə imkan verəcəkdir.

NƏTİCƏ

Aparılan təhlillər göstərir ki, əvvəllər mərkəzi banklar vətəndaş cəmiyyətinin şəffafliq çağırışlarına görə daha çox şəffaf olmağa çalışdırlarsa, hazırda buna zərurət onların həyata keçirdikləri siyasət istiqamətlərinin keyfiyyətli implementasiyası ehtiyaclarından irəli gəlir.

Strateji kommunikasiya taktikaları müvafiq iqtisadi gözləntilərə təsir etmək üçün birbaşa və ən səmərəli vasitədir. Bu səbəbdən kommunikasiya pul siyasətinin effektivliyinin artırılması və nəticə etibarilə mərkəzi bankın iqtisadiyyatdakı hədəflərinin təmin edilməsi baxımından əhəmiyyətli rol oynayır.

Mərkəzi bankların kommunikasiya hadisələrinin iqtisadi gözləntilərə təsirinin öyrənilməsi həyata keçirilən siyasətin effektivliyinin qiymətləndirilməsi üçün zəruri şərtədir. Təklif olunan metodoloji alqoritmə sadə misal əsasında baxılması bir daha göstərir ki, nəzəri çərçivənin mürəkkəbliyi halında qiymətləndirmədə sadə modelə üstünlük verilməsi daha məqsədəuyğundur.

Azərbaycan Mərkəzi Bankında strateji kommunikasiya məsələləri, o cümlədən siyasətin effektivliyinin artırılması məqsədləri üçün gözləntilərin daha rəşional idarə edilməsinə nail olunması prioritet istiqamətlərdən biridir. Ümumilikdə, modern kommunikasiya sisteminin yaradılması hədəfinin ortamüddətli strateji plan çərçivəsində müəyyən olunması bunun əyani təsdiqidir.

Ədəbiyyat

1. Haan, Eijffinger və Rybinski (2007). Central bank transparency and central bank communication: Editorial introduction. European Journal of Political Economy 23 (2007) 1–8

2. Poole (2005). How predictable is Fed policy? Speech by the President of the Federal Reserve Bank of St. Louis. University of Washington, Seattle. Oct. 4.
3. Cukierman (2002). Are contemporary central banks transparent about economic models and objectives and what difference does it make? *Federal Reserve Bank of St. Louis Review* 84 (4), 15–36.
4. Eicfinger vø Gerats (2006). How transparent are central banks? *European Journal of Political Economy* 22, 1–21.
5. Gerats (2002). Central bank transparency. *Economic Journal* 112, F532–F565.
6. Wudford (2005). Central bank communication and policy effectiveness. NBER Working Paper, No. 11898. National Bureau of Economic Research, Cambridge MA.
7. Faust vø Svensson (2001). Transparency and credibility: monetary policy with unobservable goals. *International Economic Review* 42, 369–397.
8. Bernanke (2004). Fed speak. Remarks at the Meetings of the American Economic Association, San Diego, California. January 3.
9. Kohn vø Sack (2004). Central bank talk: does it matter and why? *Macroeconomics, Monetary Policy, and Financial Stability*. Bank of Canada, Ottawa, pp. 175–206.