

## СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ

**Маркусенко М. В.,** к.э.н.,

доцент каф. банковского дела

Белорусский государственный экономический университет

г. Минск, Республика Беларусь

В условиях глобализации вовлеченными в международную среду оказываются все национальные производители товаров и услуг, независимо от того, работают они на внутреннем или внешнем рынке. Происходит становление и развитие внутреннего валютного рынка. В Республике Беларусь, начиная с момента введения собственной национальной валюты по настоящее время, государством была создана инфраструктура валютного рынка: Белорусская валютно-фондовая биржа с регулярными торгами, центральный банк, банки, имеющие разветвленную территориальную сеть обменных пунктов по всей республике. Также разработан ряд других институтов, обеспечивающих функционирование валютного рынка.

Следует согласиться с точкой зрения ряда ученых-экономистов (В.В. Вольчик, И.В. Бережной, А.И. Лученок) считающих, что экономический институт – это обязательный компонент устойчивых отношений между агентами, обеспечивающий взаимодействие и согласование интересов на основе соблюдения формальных правил и неформальных норм хозяйственного поведения [1; 2].

Участниками валютного рынка являются следующие группы:

1) экспортеры; 2) импортеры; 3) предприятия – получатели банковских кредитов в иностранной валюте; 4) субъекты хозяйствования и физические лица – инвесторы; 5) предприятия, реализующие произведенную продукцию только на внутреннем рынке, но имеющие иностранных конкурентов; 6) физические лица, осуществляющие валютно-обменные операции.

Хозяйственное поведение групп участников валютного рынка обусловлено рядом причин (мотивов). Дж.М. Кейнс выделял три мотива для хранения денежных средств субъектами экономики: 1) транзакционный (коммерческий, инвестиционный); 2) предосторожности; 3) спекулятивный [3, с. 73].

Трансакционный мотив влияет на движение денег исключительно как на средство обмена для финансирования обычных транзакций, связанных с текущей деятельностью. Участники валютного рынка имеют необходимость продавать (экспортеры) или покупать (импортеры) иностранную валюту для выполнения своих внешних обязательств – коммерческий мотив. Субъекты хозяйствования – получатели кредитов в иностранной валюте – кроме коммерческого мотива руководствуются также инвестиционными мотивами, т.к. предполагают направить привлеченные в форме кредита валютные средства на реализацию бизнес-планов инвестиционных проектов.

Предприятия, ориентированные на внутренний рынок, но имеющие иностранных конкурентов, также формируют свое экономическое поведение, основываясь на коммерческом мотиве, но под воздействием ряда внешних факторов (валютный курс, приток иностранного капитала в тот или иной вид экономической деятельности).

Инвестиционный мотив движет интересами предприятий и физических лиц, которые вкладывают временно свободные денежные средства в иностранной валюте в активы с целью получения дохода через определенный срок.

Мотив предосторожности исходит из необходимости обеспечить покупательную способность предприятия в случае неожиданных расходов и (или) непредвиденных ситуаций (девальвация, введение валютных ограничений). Мотив предосторожности влияет и на поведение физических лиц, которые при нарастании девальвационных ожиданий спешат перевести свои накопления в национальной валюте в иностранную.

Спекулятивный мотив возникает в связи с желанием предприятия вложить свои средства в иностранной валюте в привлекательный объект инвестирования, воспользовавшись выгодной процентной ставкой, благоприятным валютным курсом.

Вышеназванные причины (мотивы) влияют на формирование потоков движения денежных средств в иностранной валюте. Положительная динамика валютных потоков зависит в том числе и от возможности обеспечить защиту от возникающих валютных рисков, связанных с изменением макроэкономических показателей и ряда внешних факторов. Одной из наиболее актуальных проблем в ходе организации деятельности предприятия на микроуровне, является получение прогнозных оценок изменения валютных курсов. В

то же время участники валютного рынка не обладают достаточной информацией для получения таких оценок. Решению вышеназванной задачи будет способствовать разработка в Республике Беларусь Стратегии государственной валютной политики.

Разработка Стратегии государственной валютной политики предполагает определение целей, задач, методов их достижения в среднесрочном и долгосрочном периоде для институциональных групп участников валютного рынка. При разработке Стратегии государственной валютной политики важно учитывать прогнозную динамику таких макроэкономических показателей как инфляция, рост производства, объем инвестиций.

Целесообразно выделение следующих разделов вышеназванной Стратегии – выбор режима валютного курса и его поддержание; валютно-регуляторный режим; ликвидность валютного рынка; индикаторы оценки влияния валютной политики на движение валютных потоков на внутреннем валютном рынке; инфраструктура валютного рынка. Таким образом, прозрачность валютной политики позволит повысить реализуемость бизнес-планов организаций – участников валютного рынка, а также обеспечить долгосрочный рост доверия населения к национальной валюте.

Разработка и реализация Стратегии будет способствовать поддержанию устойчивости валютного курса на внутреннем валютном рынке и достижению цели валютной политики в долгосрочной перспективе.

### **Список литературы**

1. Лученок, А.И. Институты правят экономикой/ А.И. Лученок; Нац.акад.наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск: Беларуская навука, 2018. – 279 с.
2. Вольчик, В.В., Бережной И.В. Группы интересов и качество институтов. / В.В. Вольчик, И.В. Бережной // Экономический вестник Ростовского государственного университета. Том 5. – 2007. – № 2. – С. 57-66.
3. Кейнс, Джон Мейнард Общая теория занятости, процента и денег [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.socio-line.ru/files/5/316/keyns.pdf> – Дата доступа: 14.08.2019.