

СОБОЛЄВА О.П., канд. екон. наук, доц. каф. економічної теорії Харківського навчально-наукового інституту ДВНЗ «УБС»

ТАРГЕТУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ ЯК РЕЖИМ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ

В економічній системі сучасної України гостро стоїть проблема зростаючих інфляційних процесів, які підвищують ризики в діяльності суб'єктів господарювання, знижують реальні доходи та купівельну спроможність населення і спричиняють скорочення платоспроможного попиту, породжують диспропорції суспільного виробництва. Проблема забезпечення цінової стабільності потребує особливої уваги як в теоретичних розробках, так і при формуванні коротко- та середньострокової політики, адже досягнення сталого економічного розвитку можливе лише за умови підтримки помірною рівня інфляції. У зв'язку з цим особливого значення набуває пошук механізмів грошово-кредитної політики в контексті впровадження інфляційного таргетування.

При цьому сьогодні серед вчених не існує єдиного підходу щодо трактування змісту категорії «таргетування інфляції» [1, 2, 3, 5, 8, 9]. Узагальнивши різні підходи, можна визначити таргетування інфляції як режим монетарної політики, спрямований на досягнення цінової стабільності шляхом публічного проголошення центральним банком кількісного показника інфляції як кінцевого цільового орієнтиру та забезпечення його дотримання.

Окремим аспектам цієї проблеми присвячували свої дослідження зарубіжні та українські автори: Б. Бернанке, М. Безношенко, А. Болл, М. Вега, Ц. Волш, А. Гриценко, А. Даниленко, В. Козюк, О. Костюк, Л. Кривенко, О. Петрик, Т. Савченко, Р. Слав'юк та інші [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Багато фахівців вважають таргетування інфляції прогресивним монетарним режимом, ефективність якого підтверджена практикою багатьох країн. НБУ були зроблені заяви про необхідність впровадження таргетування інфляції в Україні. Проте, для того, щоби його запровадження дало бажані ефекти, в Україні необхідно враховувати раціональні та адаптивні очікування, провести низку важливих реформ та подолати перешкоди, пов'язані з вкрай низьким рівнем довіри до банківської системи, високим ступенем доларизації української економіки та загальною негативною ситуацією в економіці. При цьому серед теоретиків та практиків немає згоди щодо доцільності запровадження інфляційного таргетування в Україні в сучасних умовах. Вважається, що впровадження режиму таргетування інфляції може привести до гальмування економічного росту та збільшення безробіття тому що при переході на цей монетарний режим зазвичай спостерігається певний адаптаційний період суб'єктів господарювання та домогосподарств і зниження поточної ефективності, а також виникають ряд непередбачених наслідків [10, с.67]. З іншого боку, деякі дослідники вважають, що саме таргетувати інфляцію як найбільш інтегрований показник доцільно для збалансування економіки та грошово-кредитної сфери [6,с.4]. Крім того, інфляційне таргетування є більш прозорим, зрозумілим та гнучким порівняно з таргетуванням монетарних агрегатів, яке застосовувалося в Україні. Деякі з дослідників особливо підкреслюють, що запровадження інфляційного таргетування обмежить негативний вплив виконавчої влади [9] і можливість розв'язувати проблеми застосовуючи інфляційні механізми, а це, в свою чергу, підвищить рівень передбачуваності економічної кон'юнктури для всіх економічних суб'єктів і сприятиме зростанню ефективності їх рішень. Більшість економістів сходяться на тому, що основним ефектом режиму інфляційного таргетування є зниження рівня та волатильності інфляційних очікувань; зниження стійкості інфляції, коли майбутня інфляція стає менш залежною від розвитку інфляційних процесів у попередніх періодах та швидше повертається до цільових значень після шоків. Аргументом на користь таких висновків є значно краща макроекономічна ситуація в країнах з інфляційним таргетуванням при різних шоках [1, с. 93].

Слід відзначити, що країни, які застосовують режим інфляційного таргетування, використовують різні типи цього режиму: повноцінне, замасковане, експериментальне. Повноцінне інфляційне таргетування передбачає повну прозорість висвітлення та жорстке дотримання інфляційної цілі, при цьому монетарна політика не повинна підпорядковуватись фіскальній внаслідок чого уряд не може покладатись на сеньйораж [1, с.74]. Замасковане таргетування дає можливість зміни рівня інфляції. Експериментальне таргетування пов'язане з проголошенням досить широких інфляційних завдань і застосовується в умовах низької довіри до центрального банку [11, с.17]. Таким чином, можна розрізнити жорстке таргетування, коли заданий показник інфляції обов'язково дотримується, та гнучке таргетування, коли показник інфляції коливається в певних межах, або періодично коригується. Як теоретики, так і практики віддають перевагу гнучкому таргетуванню тому, що в цій ситуації монетарна політика спрямовується на стабілізацію як інфляції, так і реальної економіки [4, с.17].

Окремо слід звернути увагу на те, що таргетування інфляції може замінити таргетування обмінного курсу, що й було реалізовано в ряді країн. Але, як підкреслюють деякі дослідники, задля мінімізації втрат від відмови від таргетування обмінного курсу цей процес необхідно проводити поступово, забезпечуючи деякий час співіснування повзучої прив'язки обмінного курсу та інфляційних таргетів та використовувати різні за темпами стратегії переходу.

Таким чином, можна зробити висновок, що не існує єдиного універсального сценарію для запровадження режиму інфляційного таргетування; для дотримання заданого рівня інфляції центральному банку потрібен відповідний набір інструментів та незалежність у виборі цих інструментів; з іншого боку, необхідно забезпечити відповідальність за ефективність проведення політики таргетування; важливими передумовами успішного впровадження інфляційного таргетування є адекватна оцінка індексу споживчих цін, прогнозування процентних ставок та узгодження боргової політики між урядом та центральним банком. Досвід зарубіжних країн свідчить про можливість успішного запровадження таргетування навіть при відсутності деяких передумов, які можуть розвинутиись паралельно з процесом

впровадження цього режиму монетарної політики. Основною перевагою даної політики є досягнення більшої прозорості у виробленні та реалізації монетарної політики і, як результат, - зростання довіри економічних суб'єктів, зниження їх інфляційних очікувань та відсутність проінфляційної економічної поведінки, що приведе до стабілізації економічної динаміки.

Список літератури: **1.** Даниленко А.І. Інфляція та фінансові механізми її регулювання / За ред. чл.-кор. НАН України А.І. Даниленка. – К.: Ін-т екон. та прогнозув., 2007.-400с. **2.** Ковальова Т.В. Таргетування інфляції: зарубіжний досвід та необхідність запровадження в Україні / Т.В. Ковальова, В.М. Бровко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2011.-№1. – С.125 – 128. **3.** Козюк В.В. Монетарні засади глобальної фінансової стабільності: Монографія. – Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. – 2009. – 728 с. **4.** Мельник К.К. Реалізація режиму таргетування в умовах фінансової нестабільності / К.К. Мельник // Вісник Університету Банківської справи НБУ. – 2011. – №3. – С.11-13. **5.** Петрик О. Інфляційне таргетування після кризи: міжнародний досвід / О. Петрик, А. Даниленко // Вісник НБУ. – 2012.-№10. – С.15-19. **6.** Петрик О. Інфляційне таргетування як механізм забезпечення цінової стабільності в Україні: автореф. Дис.. на здобуття наук. Ступеня канд.. екон. Наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси, і кредит» / О.І. Петрик. – К.: Ін-т екон. Прогнозув. НАН України, 2008. – 39 с. **7.** Савченко Т.Г. Інфляційне таргетування в Україні: проблеми впровадження та перспективи застосування / Т.Г. Савченко // Вісник Української академії банківської справи. – 2013. – №1(32). – С. 3-13. **8.** Макаренко О.В. Проблемні аспекти реалізації грошово-кредитної політики України / О.В. Марченко // Комунальне господарство міст. – 2014. – №115. – С. 67-73. **9.** Шаров О.М. Таргетування інфляції: світовий досвід та українські перспективи / О.М. Шаров // Вісник НБУ. – 2003. – №7. – С.15-19. **10.** Грошово- кредитні засоби регулювання економіки [Текст] : монографія / за заг. Ред.. д-ра екон. Наук Л.В. Кривенко; [Л.В.Кривенко, О.М. Дутченко, М.І. Синюченко та ін.]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 210 с. **11.** Гордієнко В.П. Таргетування інфляції як ефективний метод забезпечення стабільності цін / В.П. Гордієнко, Я.І. Чайковський // Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2012. – №1(12). – С.15-22