

Т. Б. Стечишин

к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Тернопільський національний економічний університет

Л. М. Сегеда

викладач кафедри банківської справи
Тернопільський національний економічний університет

ІНФЛЯЦІЙНЕ ТАРГЕТУВАННЯ

Питання активізації інвестиційних процесів в Україні стоять чи не першими у дискусіях науковців та провідних економістів, оскільки саме інвестування є ключовим питанням економічного розвитку країни. Однак, умови, в яких необхідно працювати як вітчизняному так і іноземному інвестору, є вкрай несприятливими для інвестиційних процесів. При оцінці макроекономічного рівня розвитку України, вважаємо за доцільне звернути увагу на діяльність Національного банку України і проаналізувати перехід регулятора до режиму інфляційного таргетування в країні. Основна його ідея полягає в тому, що ключовий внесок у розвиток бізнесу, який може забезпечити Центральний банк це створити стабільне макроекономічне середовище за рахунок забезпечення цінової стабільності, яка проявляється через стабільно низькі темпи інфляції в економіці у середньостроковому періоді. Ідея такого підходу полягає у тому, що інфляція – це монетарний феномен, який підлягає управлінню не директивними, а ринковими монетарними інструментами. Саме цінова стабільність (прогнозований рівень інфляції) мала б забезпечити макроекономічне зростання та високий рівень зайнятості. Адаже за таких умов легше приймати як споживчі рішення домогосподарствами так і інвестиційні рішення підприємствами. Крім того, низький рівень інфляції забезпечує низькі номінальні і реальні ставки, стимулюючи інвестування; захищає доходи від

знецінення, сприяючи можливості заощадження, підвищується рівень довіри до регулятора.

Інфляційне таргетування – монетарний режим, відповідно до якого центральний банк використовує оголошену інфляційну ціль (таргет) у якості номінального якоря і зобов'язується проводити монетарну політику, спрямовану на досягнення цієї цілі в середньостроковому періоді. Відповідальність центрального банку обумовлена можливістю використання усього переліку інструментів монетарної політики, у випадку загрози недотримання визначеного значення таргету. Сутність режиму інфляційного таргетування полягає у публічному оголошенні кількісних цілей з інфляції та зобов'язанні центрального банку досягати цих цілей протягом середньострокового періоду.

Використання інфляційного таргетування як режиму грошово-кредитної політики в Україні вперше було затверджено в Стратегії монетарної політики на 2016-2020 роки Правлінням НБУ та підтверджено в Основних засадах грошово-кредитної політики на 2017 рік та середньострокову перспективу. Передумовами застосування даного монетарного режиму стали: неможливість використання обмінного курсу як номінального якоря – або через перегрів економіки, або через вичерпання міжнародних резервів; відсутність стійкого зв'язку між грошима та інфляцією – недовірливість цілей за монетарними агрегатами; необхідність швидкої дезінфляції; посилення незалежності центрального банку та уникнення фіскального домінування [1].

Вважаємо за доцільне проаналізувати зміну процентної ставка та рівня інфляції протягом періоду застосування даного монетарного режиму. На початок 2016 року облікова ставка становила 22%, була змінений 6 разів у сторону зменшення до 14% і залишилась незмінною до березня 2017 включно. У квітні регулятор знижує рівень облікової ставки до 13%, а в травні до 12,5% і цей показник утримується на незмінному рівні донині. Показник базової інфляції у 2016 році становив 17,5%, однак протягом 2017 року спостерігалась тенденція до постійного його зростання (6,2% на початок досліджуваного

періоду і 7,8% на кінець) [2]. Це говорить про проведення Національним банком рестрикційної політики і стимулювання кредитування економіки, при неспроможності Центрального банку здійснювати регулювання рівня інфляції.

Проведений аналіз показує, що вплив процентної ставки НБУ на регулювання інфляції можливий лише за інших стабільних умов. Тому центральному регулятору необхідно дослухатись до певних рекомендацій, дотримання яких призвели б до більш ефективної діяльності.

По-перше, необхідна тісна співпраця (саме співпраця, а не регулювання діяльності ЦБ урядом) НБУ з урядом і узгодження програм розвитку економіки.

По-друге, слід звернути увагу на те, що ЦБ щороку розробляє Основні засади монетарної політики. Відтак доцільно дослухатись до чіткого законодавчого розмежування розробки стратегії монетарної політики, яка повинна слугувати «Конституцією банківської діяльності» та плану дій центрального банку щодо різних аспектів його діяльності на наступний рік [3].

По-третє, на нашу думку, доцільно проводити комплексне запровадження монетарних режимів в залежності від періоду, а також узгодження досягнення різнотермінових цілей. Такі підходи повинні бути чітко прописані у плані дій центрального банку і не відхилятися від стратегічних орієнтирів. Такі дії мають бути проголошені в рамках стратегії монетарної політики бути відомими заздалегідь економічним суб'єктам.

По-четверте, успішне запровадження режиму інфляційного таргетування можливе лише за відсутності фіскального домінування. Це сприятиме регулюванню валютного курсу, який має чи не найбільший вплив на рівень інфляції в країні. Основну увагу слід зосереджувати на опосередкований вплив на валютний курс через відсоткову ставку. Ці умови необхідні для успішності забезпечення цінової стабільності при будь-якому монетарному режимі, тому їх треба запроваджувати одночасно із переходом до ІТ у рамках широкого пакета реформ.

Висновки. Провівши дослідження діяльності НБУ та монетарної стратегії інфляційного таргетування варто відзначити, що режим ІТ не є "магічною

паличкою", що вирішить усі питання, а скоріше, стане каталізатором для більшої дисципліни, прозорості та далекоглядної монетарної політики, яка не ставить довгострокові інтереси суспільства в залежність від поточної кон'юнктури. Відтак, результатом такої роботи стане стабілізація економічної ситуації в країні і, як наслідок, активізація інвестування.

Список літератури:

1. Режим інфляційного таргетування. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=85391
2. Облікова ставка Національного банку України. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53647
3. Петрик О. Домисли та реалії інфляційного таргетування [Електронний ресурс] / О. Петрик. – Режим доступу: https://dt.ua/macrolevel/domisli-ta-realiyi-inflyaciynogo-targetuvannya-248480_.html.