

*М.І. Макаренко, д-р екон. наук, проф.,
ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”*

ФОРМУВАННЯ ПЕРЕДУМОВ ПЕРЕХОДУ ДО ІНФЛЯЦІЙНОГО ТАРГЕТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Наміри Національного банку України запровадити стратегію інфляційного таргетування в грошово-кредитній політиці потребують зваженого підходу до оцінки існуючих передумов, які зроблять можливим такий перехід. Слід виділити кілька політичних, економічних та інституційних факторів для ефективного функціонування нового монетарного режиму.

Насамперед, запровадження будь-якої середньострокової стратегії потребує політичної стабільності в країні, усталеного, передбачуваного її розвитку. У результаті це дає змогу поєднувати зусилля економічної та монетарної влади в одному напрямку, уникати додаткових цінових шоків під час парламентських та президентських виборів, формувати довіру економічних суб'єктів до провідників грошово-кредитної політики.

На жаль, в Україні, на відміну від країн зі сталою господарською системою, де спостерігаються сплески ділової активності, під дією екзогенних факторів сформувався політичний цикл ринкової кон'юнктури. У суб'єктів економіки складаються небезпідставні очікування щодо підвищення доходів напередодні виборів та зростання цін у подальшому.

Як свідчить економічна ситуація поточного року в Україні, дотепер не вирішеною залишається проблема керованості інфляційних процесів, часто провокованих монопольними виробниками та дистриб'ютерами продовольства і нафтопродуктів на національному та регіональних ринках.

Невід'ємною передумовою запровадження інфляційного таргетування є високий ступінь довіри суспільства до політичних і економічних інститутів, перш за все, до монетарної влади в особі центрального банку. Виголошених цілей регулювання (таргетів) слід якомога точніше дотримуватись у поточній політиці, а якщо склались форс-мажорні обставини і досягнення намічених показників інфляції неможливе, то доведеться запровадити такі заходи комунікаційної політики, які б донесли до громадськості основні причини відхилення та методи коригування поточної ситуації.

Грошово-кредитна політика здійснюється у тісній взаємодії із заходами бюджетної та боргової політики держави. Ефективність першої багато в чому визначається стійкістю фінансової системи країни, дієвістю бюджетної і податкової підсистем. За умов високих значень бюджетного дефіциту та переважання інфляційних методів його покриття стабілізація цінової динаміки лише за допомогою монетарних інструментів є доволі проблематичною. З іншого боку, перевищення припустимих меж державного внутрішнього і зовнішнього боргу та незлагоджені дії Національного банку й Уряду з обслуговування боргових зобов'язань може спричинити додатковий інфляційний тиск на загальний рівень цін.

Для адекватного реагування на мінливі економічні процеси в умовах дії інфляційного таргетування центральний банк повинен мати у своєму розпорядженні добре відлагоджену систему збору і обробки економічної інформації, аналізу оперативних статистичних даних. Вітчизняна система статистики нещодавно перейшла на міжнародні стандарти оцінки макропоказників. Однак об'єктивна оцінка валового внутрішнього продукту, темпів інфляції та деяких інших показників, конче потрібних провідникам грошово-кредитної політики, часто здійснюється в непрозорому режимі, що викликає безліч питань в аналітиків та громадськості, породжує недовіру щодо достовірності отриманих даних.

Та найважливішою передумовою запровадження стратегії інфляційного таргетування є забезпечення фактичної незалежності центрального банку. Законодавство України закріплює оперативну, економічну та політичну незалежність Національного банку, однак на практиці його діяльність перебуває під латентним політичним тиском.

Макаренко, М.І. Формування передумов переходу до інфляційного таргетування в Україні [Текст] / М.І. Макаренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник тез доповідей X Всеукраїнської науково-практичної конференції (22-23 листопада 2007 р.) : у 2-х т. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – Т. 2. - С. 17-18.