

ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ РЕЖИМУ ТАРГЕТУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

студентка гр. Ф-92 Барикіна Т. І.

Упродовж останніх років центральні банки країн світу почали надавати перевагу забезпеченню стабільності рівня цін як пріоритетної цілі грошово-кредитної політики, оскільки усвідомлюють, до яких негативних наслідків може призвести інфляція. Високий рівень інфляції веде до збільшення процентних ставок, зменшення реальної вартості доходів, знеціненню заощаджень.

Зменшення рівня інфляції супроводжується короткостроковими втратами, пов'язаними зі збільшенням рівня безробіття, зниженням темпів економічного зростання тощо. Проте, ці втрати покриваються у довгостроковому періоді за умов економічного зростання, що, у свою чергу, забезпечує цінову стабільність.

Саме це спричинило в останні десятиліття основну зміну в прийнятті концепції монетарної політики багатьох країн світу – переходу до режиму таргетування інфляції. Цей період відбувався поступово, виходячи з історичних передумов формування політики центральних банків.

У 70-80-х роках ХХ століття набув поширення режим монетарного таргетування, який виходить зі зв'язку пропозиції грошей і інфляції: зміна темпів інфляції спричинюється відповідною зміною пропозиції грошей. Ефективність функціонування даного режиму ґрунтується на забезпеченні стабільності зв'язку між зміною грошової маси та інфляцією [1].

Досвід успішного застосування монетарного таргетування центральних банків Швейцарії та Німеччини показав, що в середньо- та довгостроковому періоді центральний банк повинен обмежувати будь-якими засобами рівень інфляції та впроваджувати активне обговорення з громадськістю динаміки грошової маси та її вплив на інфляцію.

Режим таргетування обмінного курсу, який виступає номінальним якорем за даного режиму, ґрунтується на відмові центрального банку від власної монетарної політики та підтримці курсу до іншої, більш стабільної валюти, що свідчить про формування імпортованої довіри до національної грошової одиниці [2]. Позитивний результат застосування таргетування обмінного курсу був досягнутий тільки у двох країнах (Чилі та Тунісі). Державою з невдалим досвідом такого режиму є Бразилія, де застосування такої політики призвело до гіперінфляції.

Високий темп інфляції у 1980-х роках зумовив офіційне впровадження інфляційного таргетування в кінці 80-х років центральними банками Нової Зеландії та Канади. Цей режим з'явився як альтернатива до монетарного

таргетування і набув розвитку в наступному десятилітті. Успішність цього досвіду зумовила впровадження цього інструментарію і в інших країнах, незважаючи на те, що темпи інфляції в них були значно меншими. Це були як високорозвинені країни (Швеція, Канада, Велика Британія) так і ті, що розвиваються (Бразилія, Мексика, Чехія, Польща).

На сьогодні важко визначити точну кількість країн, що використовують інфляційне таргетування, адже цей режим вплинув і на діяльність центральних банків країн, що використовують інші монетарні режими. Таким прикладом є те, що протягом останніх 20 років Федеральна Резервна Система США заперечувала застосування інфляційного таргетування. Проте, поступово все більше уваги приділялось процесу підтримки низької інфляції. Тобто, складно чітко визначити країни, які застосовують інфляційне таргетування, і які впроваджують іншу монетарну політику.

Європейський центральний банк використовує досвід семи країн, що перейшли на інфляційне таргетування з 1999 року, а саме: Швеція, Нова Зеландія, Канада, Велика Британія, Фінляндія, Австралія й Іспанія. Всі перелічені сім країн не мали великих успіхів у боротьбі з інфляцією, на відміну від Німеччини, Японії та США.

За даними економістів МВФ, саме така грошово-кредитна політика центральних банків породжувала недовіру у суспільстві. Європейським Валютним Інститутом в Єврозоні варіанти грошово-кредитної політики були зведені до інфляційного таргетування та визначення цільових грошових агрегатів. Сьогодні Єврозона використовує комбінацію інфляційного та грошового таргетування. Причинами такої зміни політики центральних банків було невдале застосування підтримки фіксованого валютного курсу.

Звідси, центральні банки, на сьогодні, перейшовши на інфляційне таргетування, намагаються не лише знизити темпи інфляції, а й підвищити авторитет економічної політики.

1. Аржевітін С.М. Таргетування інфляції – оптимальний режим монетарної політики України - [Електронний ресурс]- Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/1.pdf

2. Гордієнко В.П. Чайковський Я.І. Таргетування інфляції як ефективний метод забезпечення стабільності цін - [Електронний ресурс]- Режим доступу: [http://khibs.edu.ua/images/userfiles/file/1\(12\)20122\(1\).pdf](http://khibs.edu.ua/images/userfiles/file/1(12)20122(1).pdf)

Науковий керівник: асистент Шкодкіна Ю.М.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 165-166.