

2. Гуменюк О.Г. Ринок фінансових послуг в Україні / О.Г. Гуменюк // Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. — 2011. — №3 — С.271—275.

3. Масленніков Є.І. Дослідження розвитку ринку фінансових послуг України / Є.І. Масленніков // Економіка: реалії часу. — 2012. — №2(3). — С. 105—110.

**Осовський О.А.**

*«Фінанси і кредит», 3 курс,  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»  
Науковий керівник — асистент Філімошкіна І.О.*

## **ПОСИЛЕННЯ РЕГУЛЮЮЧОГО ВПЛИВУ НБУ НА РІВЕНЬ ІНФЛЯЦІЇ**

Необхідність підтримання оптимальної і контрольованої інфляції для будь-якої країни, як передумови сталого економічного зростання, є важливим завданням політиків, урядів і центрального банку. Все більше країн використовують нові підходи для створення та підтримання низького інфляційного середовища. Тому вивчення сучасного світового досвіду механізмів впливу на інфляційні процеси та практичне використання його в Україні є одним із найактуальніших завдань сьогодення.

Нині теоретично обґрунтовано і практично підтверджено, що будь-яка країна може домогтися довготривалої позитивної економічної динаміки за умови забезпечення стабільної і низької інфляції. Така точка зору сформульована як парадигма цінової стабільності.

Сучасний світовий досвід вказує, що найприйнятнішою реалізацією парадигми цінової стабільності є режим інфляційного таргетування. Цей режим використовують багато країн світу, а саме: Австралія, Бразилія, Канада, Чилі, Чеська Республіка, Угорщина, Ізраїль, Нова Зеландія, Перу, Польща, Швеція, Швейцарія, Велика Британія і т.д. Результатом є зниження рівня і волатильності інфляції і пом'якшення ефектів шоків пропозиції.

Дослідженням таргетування інфляції займалися провідні закордонні та вітчизняні вчені, зокрема: Б. Бернанке, С. Фішер, Дж. Тейлор, Д. Левченко, Н. Гребеник, О. Дзюблюк, О. Петрик,

В. Федосов, Б. Адамик, Т. Кричевська й ін. Узагальнивши їх напрацювання, можна зазначити, що інфляційне таргетування — це концептуальна система монетарного устрою, яка характеризується публічним проголошенням офіційної кількісної цілі (або інтервалу) щодо інфляції на середньострокову перспективу та чітким розумінням і впевненістю в тому, що низька і стабільна інфляція є основною ціллю монетарної політики у довгостроковому періоді.

Роль центрального банку при цьому режимі виявляється у тому, що:

— по-перше, центральний банк має використовувати усю доступну інформацію для того, щоб визначити найбільш прийнятні дії для досягнення інфляційної цілі. Це обумовлено соціально-економічними умовами та історичним досвідом цінової стабілізації;

— по-друге, на практиці інфляційне таргетування передбачає значну ступінь свободи у прийнятті рішень. Майже в усіх країнах із інфляційним таргетуванням монетарна політика пристосовується до змін економічного середовища, а центральні банки одержують значні можливості маневрування.

Використання інфляційного таргетування в Україні дозволить посилити регулюючий вплив Національного банку України на рівень інфляції.

Трансформація режиму монетарної політики на режим таргетування інфляції закріплюється законодавчо: рішенням правління Національного банку України від 26.04.2012 р. № 7 про поступове зниження приросту індексу споживчих цін до 5—6 % у 2014 р. з подальшим його утриманням у межах 3-5%; меморандумом між НБУ і Кабміном, щодо зниження інфляції до 5% у 2014 р. і подальшого утримання цього рівня.

Для дієвої трансформації режиму монетарної політики Україна потребує таких заходів: створення розвинутого фінансового ринку; впровадження гнучкого, плаваючого валютного курсу; зменшення частки формування інфляції немонетарними чинниками.

Отже, якщо Національний банк України буде діяти в цих напрямках, розвиваючи фінансовий ринок і поступово збільшуючи амплітуду коливань валютного курсу, то зможе запровадити інфляційне таргетування та посилити регулюючий вплив на рівень інфляції.