



ПОЛИТИКА ТАРГЕТИРОВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ

Усманова Камола Асада кизи

Ташкентский государственный экономический университет

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7145952>

Таргетирование инфляции (ТИ) - это один из показателей, даже можно сказать, что единственный, на который денежные власти могут оказывать влияние в долгосрочном периоде. При переходе к политике таргетирования с целью получения положительных результатов власти должны вести прозрачную деятельность с чётко сформулированными и прописанными целями, необходим порядок в государственной сфере, прежде всего в финансовой - для устранения риска покрытия затрат за счёт эмиссии денег. Так же важен оптимальный подход, чёткое планирование при формировании государственного бюджета. А со стороны населения необходимо доверие к действиям власти. Всё перечисленное принесёт успех в переходе к данной политике.

Таким образом, таргетирование инфляции – это политика центрального банка, которая вращается вокруг корректировки денежно-кредитной политики для достижения определенного годового уровня инфляции. Как утверждают многие исследователи и экономисты:

☐ Таргетирование инфляции – это стратегия центрального банка, при которой в качестве цели указывается уровень инфляции и проводится корректировка денежно-кредитной политики для достижения этого уровня.

☐ Таргетирование инфляции в первую очередь направлено на поддержание стабильности цен, но его сторонники также считают, что оно способствует экономическому росту и стабильности.

☐ Таргетирование инфляции можно противопоставить другим возможным целям политики центрального банка, включая таргетирование обменных курсов, безработицы или национального дохода.

Что же понимается под экономическим развитием страны? Экономическое развитие - это обширное понятие, которое включает в себя развитие в различных направлениях:

- увеличение ВВП на душу населения;
- снижение инфляции до оптимального уровня и удержание этого положение;





- снижение уровня безработицы и, следовательно, рост экономически активного населения;
- улучшение качества образования;
- развитие науки, культуры;
- и другие направления развития.

Таким образом, экономическое развитие – это положительные изменения производительных сил, экономики, образования, культуры, науки, качества жизни населения, человеческого капитала, а также развитие общественных отношений и улучшение уровня жизни населения, качества жизни, удовлетворенности граждан жизни в стране.

Понимание инфляционного таргетинга. В качестве стратегии таргетирования инфляции рассматривает основной задачей центрального банка как поддержание стабильности цен. Все инструменты денежно-кредитной политики, которыми располагает центральный банк, включая операции на открытом рынке и дисконтное кредитование, можно использовать в общей стратегии таргетирования инфляции. Таргетирование инфляции можно противопоставить стратегиям центральных банков, нацеленным на другие показатели экономической деятельности в качестве своих основных целей, таких как таргетирование курсов валют, уровня безработицы или темпов роста номинального валового внутреннего продукта (ВВП).

Процентные ставки могут быть промежуточным целевым показателем, который центральные банки используют при таргетировании инфляции. Центральный банк будет снижать или повышать процентные ставки в зависимости от того, считает ли он инфляцию ниже или выше целевого порога. Считается, что повышение процентных ставок замедляет инфляцию и, следовательно, замедляет экономический рост. Считается, что снижение процентных ставок приведет к росту инфляции и ускорению экономического роста. Контрольный показатель, используемый для таргетирования инфляции, обычно представляет собой индекс цен на корзину потребительских товаров, такой как индекс цен на личные потребительские расходы, который используется Федеральной резервной системой США.

Наряду с принятием целевых показателей инфляции и календарных дат в качестве показателей эффективности политика таргетирования инфляции может также предусматривать шаги, которые необходимо предпринять в зависимости от того, насколько фактический уровень





инфляции отличается от целевого уровня, например, снижение ставок по кредитам или добавление ликвидности к целевому уровню. экономия.

Краткий обзор. 27 августа 2020 года Федеральная резервная система объявила, что больше не будет повышать процентные ставки из-за падения безработицы ниже определенного уровня, если инфляция останется низкой. Он также изменил свой целевой показатель инфляции на средний, что означает, что он позволит инфляции несколько подняться выше целевого показателя в 2%, чтобы компенсировать периоды, когда она была ниже 2%.

Плюсы и минусы инфляционного таргетинга. Таргетирование инфляции позволяет центральным банкам реагировать на потрясения в национальной экономике и сосредотачиваться на внутренних соображениях. Стабильная инфляция снижает неуверенность инвесторов, позволяет инвесторам прогнозировать изменения процентных ставок и закрепляет инфляционные ожидания. Если целевой показатель опубликован, таргетирование инфляции также позволяет повысить прозрачность денежно-кредитной политики.

Однако некоторые аналитики считают, что сосредоточение внимания на таргетировании инфляции для обеспечения стабильности цен создает атмосферу, в которой неустойчивые спекулятивные пузыри и другие искажения в экономике, такие как те, которые привели к финансовому кризису 2008 года, могут бесконтрольно процветать (по крайней мере, до тех пор, пока инфляция не снизится. из цен на активы в розничные потребительские цены).

Другие критики таргетирования инфляции считают, что оно стимулирует неадекватную реакцию на шоки условий торговли или шоки предложения. Критики утверждают, что таргетирование обменного курса или таргетинг номинального ВВП обеспечит большую экономическую стабильность.

С 2012 года Федеральная резервная система США установила целевую инфляцию на уровне 2%, измеряемую инфляцией PCE. Удержание инфляции на низком уровне является одной из задач двойного мандата Федеральной резервной системы, наряду со стабильным низким уровнем безработицы. Уровни инфляции от 1% до 2% в год обычно считаются приемлемыми, в то время как темпы инфляции более 3% представляют собой опасную зону, которая может привести к девальвации валюты. Правило Тейлора является эконометрической моделью, которая говорит,





что Федеральная резервная система должна повышать процентные ставки, когда инфляция или темпы роста ВВП выше, чем хотелось бы.

Таргетирование инфляции стало основной целью Федеральной резервной системы в январе 2012 года после последствий финансового кризиса 2008-2009 годов. Сообщая об уровне инфляции как о явной цели, Федеральная резервная система надеялась, что это поможет продвинуть их двойной мандат: низкий уровень безработицы, поддерживающий стабильные цены. Несмотря на все усилия Федеральной резервной системы, инфляция все еще колеблется около 2% в течение большинства лет.

Литература:

1. Ляшенко Е.А. Влияние политики таргетирования инфляции на экономическое развитие страны // NovaInfo, 2019. № 57. С. 354.
2. Юлдашев К. О целях и механизмах денежно-кредитной политики в текущей ситуации // Вопросы экономики. 2021. № 1. С. 12.
3. Глазьев С.Ю. <http://news-o-targetirovanii-inflyacii-sergej-glazev>

