

УДК 336.71

ТАРГЕТИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИИ: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ И СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Кушу Б. А.

магистр,

Кубанский государственный университет,

Краснодар, Россия

Аннотация: В статье представлены различные интерпретации сущности инфляционного таргетирования отечественными и зарубежными авторами, рассмотрены основополагающие принципы и раскрыты структурные элементы данного монетарного режима. Изучение теоретических аспектов инфляционного таргетирования в данной статье позволяет сформулировать основные макроэкономические эффекты и ответить на вопрос, почему данный режим денежно-кредитной политики не может нейтрализовать все существующие и возникающие финансово-экономические проблемы национальной экономики.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, центральный банк, инфляция, денежный регулятор, трансмиссионный механизм, ценовая стабильность.

INFLATION TARGETING: ESSENCE, PRINCIPLES AND STRUCTURAL ELEMENTS

Kushu B. A.

master,

Kuban State University,

Krasnodar, Russia

Abstract: The article presents various interpretations of the essence of inflation targeting by domestic and foreign authors, considers the fundamental principles and

reveals the structural elements of this monetary regime. The study of the theoretical aspects of inflation targeting in this article allows us to formulate the main macroeconomic effects and answer the question why this monetary policy regime cannot neutralize all existing and emerging financial and economic problems of the national economy.

Keywords: money-credit policy, central bank, inflation, monetary regulator, transmission mechanism, price stability.

Инфляционное таргетирование как режим денежно-кредитной политики, отличительными признаками которого является единственность цели, минимальный набор инструментов и максимальная прозрачность действий денежного регулятора, привлекает к себе особое внимание и всё больше приобретает популярность в научном мире. Однако многие вопросы касательно данного режима денежно-кредитной политики остаются всё еще открытыми и дискуссионными. Кроме того, актуальность применения режима инфляционного таргетирования на современном этапе развития экономики России в условиях возросшей неопределенности, вызванных в том числе пандемией COVID-19, выражается в необходимости определенного ориентира для субъектов экономики, с помощью которого они могут выстраивать стратегии своего развития в долгосрочной перспективе.

В современных экономических условиях приоритетным направлением денежно-кредитной политики Центрального банка Российской Федерации является обеспечение стабильности национальной экономики путем таргетирования инфляционных процессов. Деятельность Банка России в рамках ограничительных мер, вызванных пандемией коронавирусной инфекцией, является особо важной в целях поддержания экономики и смягчения негативных эффектов от сжатия внутреннего и внешнего спроса. Таргетирование инфляции в качестве современного режима денежно-кредитной политики Банка России является также особо актуальным вопросом для оценки Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

рациональности направлений монетарной политики в целях предотвращения кризисных ситуаций в национальной экономике и обеспечения стабильности национальной валюты.

Рассматривая сущность инфляционного таргетирования, можно выделить несколько вариантов определения этого понятия учеными-экономистами. Так, например, отечественный исследователь А. Ю. Жигаев в своей работе, посвященной денежно-кредитной политике, характеризует исследуемый термин, ссылаясь на определение, сформулированное американским экономистом Беном Бернанке, следующим образом: «Таргетирование инфляции – это основа денежно-кредитной политики, которая характеризуется публичным объявлением официальных количественных целевых показателей (или целевых диапазонов) темпов инфляции на один или несколько периодов времени, а также непосредственным признанием того, что низкая и стабильная инфляция является основной долгосрочной целью денежно-кредитной политики» [3].

Другой российский исследователь, кандидат экономических наук Н.А. Агеева в своей работе, посвященной сущности, инструментам таргетирования инфляции, утверждает, что «инфляционное таргетирование означает выбор определенного значения инфляции в качестве целевого ориентира и использование операционного инструментария центрального банка, чаще всего процентных ставок, для достижения запланированного уровня инфляции, за который денежные власти несут ответственность» [1].

Российский исследователь-экономист инфляционных процессов, кандидат экономических наук Р.К. Шакирова, изучая теорию и практику инфляции и антиинфляционной политики, определяет сущность и метод инфляционного таргетирования следующим образом: это «выбор целевых показателей инфляции в цифровом выражении и регулирование существующего уровня инфляции до предусмотренного на основе

систематической оценки будущего уровня инфляции (в пределах прогнозируемого периода) [15].

Основная цель таргетирования инфляции, как указывается в отечественных законодательных и в нормативно-правовых актах Центрального банка Российской Федерации в области денежно-кредитной политики, заключается именно в борьбе с инфляцией и предотвращении ее негативных последствий [13, 14].

Таргетирование инфляции предусматривает высокую степень автономности Центрального банка, предполагающую его независимость в свободе выбора инструментария [13]. Смысл таргетирования инфляции заключается в плановом «создании» инфляции, в поддержании покупательной способности наличных денежных средств. В качестве параметров таргетирования можно выделить следующие: временной горизонт, уровень цен, ширина диапазона отклонений инфляционного ориентира.

Множество теоретических и эмпирических исследований, посвященных эффективности применения методов денежно-кредитной политики в борьбе с инфляционными процессами, проводится также зарубежными учеными экономистами, среди которых Laurence Ball и Niamh Sheridan, отмечающих в своих работах положительное влияние инфляционного таргетирования на уровень и динамику цен в таргетирующих государствах. Как отмечает Дж. Хаммонд, автор путеводителя по вопросам таргетирования инфляции, отличительная особенность режима инфляционного таргетирования состоит в том, что устанавливаемый на основе прогноза количественный целевой ориентир по инфляции становится обязательством центрального банка поддерживать его в среднесрочной перспективе, используя для этого по своему выбору различные методы денежно-кредитной политики [2].

На основании изученных выше определений, сущность инфляционного таргетирования по нашему мнению можно выразить следующим образом: таргетирование инфляции – это применение специальных мер в структуре Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

денежно-кредитной политики Банка России, с целью многокомпонентного регулирования контроля уровня инфляции в государстве, осуществления постоянного мониторинга за динамикой цен в стране для улучшения состояния национальной экономики и обеспечения ценовой стабильности. Таким образом, инфляционное таргетирование представляет собой комплекс мероприятий, применяемых денежным регулятором для контролирования уровня инфляции и недопущения ценового дефолта.

Отличительная особенность отечественного инфляционного таргетирования от западного состоит в использовании таргета для регулирования предельно допустимой границы инфляции, превышение которой требует дополнительных мер воздействия, в то время как на Западе таргет используется как стимул развития экономики.

Основной принцип таргетирования инфляции заключается в прогнозировании динамики роста цен и ее сравнение с целевыми показателями денежно-кредитной политики Банка России, что предусматривает сбор и анализ данных, формирование экспертных суждений и далее выстраивание эконометрической модели с учетом особенностей национальной экономики.

Другой принцип инфляционного таргетирования заключается в поддержании ценовой стабильности, что подразумевает не нулевую инфляцию, а наличие предсказуемо низкого темпа роста цен, который колеблется в узком коридоре и контролируется денежным регулятором.

Третий принцип таргетирования инфляции выражается в степени корректировки денежно-кредитной политики на основе разницы прогнозных показателей и целью по инфляции, в результате чего устанавливается плановый таргет по инфляции, и в дальнейшем все действия монетарных властей по регулированию процентных ставок направлены на то, чтобы достичь этого показателя. Количественная цель инфляции анонсируется, а ответственность возлагается на центральный банк, который определяет меры, требуемые для приближения к целевому ориентиру.

Структурные элементы инфляционного таргетирования, к которым относятся институционально-правовые основы и операционные элементы, обозначены на рис.1 [5].



Рис. 1 – Элементы инфляционного таргетирования [5]

Структурные элементы инфляционного таргетирования способствуют реализации режима таргетирования инфляции путем определения четких целей и задач, инструментов и методов и привязаны к главной стратегической цели денежно-кредитной политики центрального банка – стабильности цен в стране.

В структуре институционально-правовых основ режима инфляционного таргетирования автономность Центробанка выражается в законодательном

закреплении полномочий центрального банка в части выбора инструментов и целей денежно-кредитной политики. Одними из первых концепцию независимости центрального банка обосновали Г. Дебелле, С. Фишер. В 1994 г. они ввели два понятия: «независимость выбора цели» и «независимость инструментов» центрального банка. Банк России имеет исключительное право в части выбора целей и инструментов денежно-кредитной политики, свободен в принятии решений и не подвержен внешнему давлению со стороны других органов власти, преследующих какие-либо другие цели, например, финансирование дефицита бюджета средствами Центрального банка. Подотчетность и информационная прозрачность выражаются в том, что Банк России дает отчет в своих действиях, докладывает о процессах принятия решений, об их результатах и дальнейших направлениях денежно-кредитной политики [6].

Информационная открытость Банка России также выражается в публикации протоколов заседаний Правления Центрального банка, пресс-релизов о мерах монетарной политики, бюллетеней, ежегодных и ежеквартальных отчетов по инфляции (прогнозов, факторов, мер денежно-кредитной политики).

Механизмы подотчетности и информационной прозрачности являются важными структурными элементами инфляционного таргетирования денежного регулятора, которые предусматривают постоянные публикации и отчеты по проводимой денежно-кредитной политике, о предпринимаемых мерах, инструментах, методах и результатах достижения поставленных целей.

Горизонт таргетирования подразумевает временной период, в течение которого Центральный банк обязуется достигнуть целевого ориентира инфляции. Горизонт таргета зависит от того, находится ли инфляция в интервале стабильности цен. ЦБ устанавливает плановый уровень инфляции на определенный плановый период и старается его таргетировать в течение этого периода, используя следующие денежно-кредитные инструменты: денежная

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

масса, процентные ставки. Горизонт таргета может зависеть от продолжительности лагов трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики. Если эта продолжительность велика, Центральный банк не в состоянии воздействовать на инфляцию в краткосрочной перспективе [8].

Модель трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики при реализации режима инфляционного таргетирования представляет собой выявление и интерпретацию каналов влияния мер монетарной политики на инфляционные процессы в стране на микро- и макроуровнях в зависимости от структуры и особенностей экономики.

Принятие решений в процессе таргетирования инфляции осуществляется уполномоченным комитетом центрального банка, который регулярно проводит заседания для определения того, какие процентные ставки (или другие меры в области политики) необходимы для достижения таргета инфляции. Для осуществления инфляционного таргетирования центральный банк должен располагать техническими возможностями моделирования экономики, трансмиссионного механизма и прогнозирования инфляции и объема производства. При этом набор используемых моделей может включать статистические и сводные прогнозы, структурные, макроэкономические модели и динамические стохастические модели общего равновесия. Одни модели имеют теоретическое обоснование, другие определяются данными.

Режим инфляционного таргетирования включает в себя два основных элемента: количественный целевой ориентир (таргет) инфляции и прогнозируемое значение инфляции в анализируемый период, на основании которых центральные банки принимают решения по реализации денежно-кредитной политики и, соответственно, определяют инструменты и модели оценки инфляционных процессов. Реализация режима таргетирования инфляции имеет четкие цели и задачи, инструменты и методы. Все структурные элементы режима служат достижению главной стратегической цели денежно-кредитной политики Центробанка – ценовой стабильности в стране. В Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

зависимости от наличия возможности создать условия для формирования структурных элементов определяются перспективы режима инфляционного таргетирования, его результативность и актуальность.

Режим инфляционного таргетирования в рамках осуществления Банком России монетарной политики приводит к различным положительным и отрицательным макроэкономическим эффектам. Отечественный ученый Ф.С. Картаев, изучая инфляционное таргетирование и его влияние на экономический рост, выделяет преимущества и недостатки режима денежно-кредитной политики, а также выявляет краткосрочные и долгосрочные последствия перехода к политике таргетирования инфляции. С его точки зрения, преимущества такого режима заключаются, прежде всего, в прозрачности политики для экономических агентов, что позволяет снизить инфляционные ожидания и при последовательной реализации гарантирует достижение оптимального и стабильного уровня инфляции, а инфляционные издержки минимальны. Недостатки выражаются в ограничении для Центрального банка возможности достижения других потенциальных целей денежно-кредитной политики, например, регулирование валютного курса и сглаживание циклических колебаний ВВП [4].

Споры специалистов по вопросу, несет ли таргетирование инфляции больше пользы для экономики или скорее вред, ведутся в России столько же времени, сколько и существует этот монетарный режим. Положительным макроэкономическим эффектом, отмеченным большинством экспертов, является стабильность цен на протяжении от трех до пяти лет. Однако, мнение других российских экономистов, сводится к тому, что на фоне новых кризисов или геополитической напряженности наблюдение эффекта режима инфляционного таргетирования может заметно затянуться. И хотя таргетирование инфляции сегодня все еще считается наиболее предпочтительным монетарным режимом в мире, отдельные экономисты

начинают высказывать робкие сомнения по поводу того, что именно за ним будущее.

Так, в статье доктора экономических наук С. Н. Третьяковой об эффективности инфляционного таргетирования в современных условиях, отмечается, что данный режим денежно-кредитной политики «не учитывает финансовых пузырей современной экономики и существенных изменений во внешней торговле» [10]. И, действительно, коронакризис показал, что монетарным властям трудно сдерживать инфляцию с помощью данного режима ДКП. В своих трудах [11,12] С. Н. Третьякова отмечает, что «условия для эффективного внедрения данного режима монетарной политики в России не сформированы», что обуславливает его низкую эффективность. К основным проблемам автор относит недостаточную степень развитости финансового рынка и экономики в целом, а также влияние финансовой политики на эффективность реализации режима ДКП.

Представим основные макроэкономические эффекты режима инфляционного таргетирования на экономику на рис. 2.



Рис. 2 – Основные макроэкономические эффекты режима инфляционного таргетирования на экономику

Источник: составлено автором на основе [10].

Макроэкономические эффекты инфляционного таргетирования в России имеют довольно цикличную структуру. Однако утверждать, что реализация нового режима монетарной политики Банка России имеет или только положительные, или только отрицательные макроэкономические эффекты не представляется возможным, поскольку с учетом особенностей российской экономики, возникает ряд вопросов в правильности выбора и достаточности инструментов регулирования инфляции. Кроме того, общий экономический климат, который складывается в государстве, зависит от множества различных факторов, не только от методов денежно-кредитного регулирования монетарных властей, но и от бюджетной или фискальной политики, также, в

том числе, от общей геополитической ситуации и от реакций на мировые экономические шоки.

Таким образом, рассмотрев теоретические аспекты режима инфляционного таргетирования, как части денежно-кредитной политики Банка России, мерой эффективности которой является способность достигать ценовой и финансовой стабильности, можно сказать, что данный режим выступает важным критерием улучшения экономической ситуации государства. Однако использование данного режима в качестве самостоятельной программы не обеспечивает стимулирование долгосрочного экономического роста, поскольку для повышения эффективности национальной экономики требуется также проведение государством взвешенной бюджетной, налоговой и социально-экономической политики. Таргетирование инфляции, как приоритетная задача Банка России, в долгосрочной перспективе характеризуется сдерживанием инфляции на относительно низком уровне и обеспечением стабильности потребительских цен.

Определяя сущность, принципы и структурные элементы таргетирования инфляции, эксперты в области данной тематики формируют различные точки зрения в определении инфляционного таргетирования и в эффективности его использования, однако мнение экспертов сводится к тому, что при грамотном подходе, учитывающем характер развития экономики и особенности экономической системы страны, указанный инструмент может выступать одним из положительных индикаторов в структуре денежно-кредитного регулирования, позволяющим снижать темпы инфляции в долгосрочной перспективе, а также обеспечивать устойчивость национальной экономики и формировать определенного рода защиту от воздействий внешнеэкономической конъюнктуры. Стабильно функционирующая экономика при низких темпах инфляции является предпосылкой развития инвестиционной привлекательности страны, а открытость режима денежно-кредитной политики Банка России способствует укреплению общественного доверия.

Библиографический список:

1. Агеева Н. А. Таргетирование инфляции: сущность, инструменты, ожидаемый результат / Н. А. Агеева // Вестник ИрГТУ. – 2014. – №2 (85). – С. 183–188.
2. Бутузова А. С. Денежно-кредитная политика в России: смена приоритетов и целевых ориентиров / А. С. Бутузова // Финансы и кредит. – 2018. – № 24. – С. 591–612.
3. Жигаев А. Ю. Денежно-кредитная политика в Новой Зеландии / А. Ю. Жигаев // Деньги и кредит. – 2010. – № 2. – С. 42–51.
4. Картаев Ф.С. Таргетирование инфляции и экономический рост / Ф. С. Картаев // Вестник Московского университета. – 2015. – № 3. – С. 26–40.
5. Криворучко С. В, Свирина Е. М. Структурные элементы режима таргетирования инфляции / С. В. Криворучко, Е. М. Свирина // Банковское дело. – 2015. – №4. – С.15–20.
6. Нестеренко В. С. Структурные элементы режима таргетирования инфляции / В. С. Нестеренко // Журнал «Наука и образование сегодня», - 2018. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturnye-elementy-rezhima-targetirovaniya-inflyatsii>
7. Никонова О.Е., Веселовский А.А. Таргетирование инфляции как метод борьбы с инфляцией / О. Е. Никонова, А. А. Веселовский // Казанский вестник молодых учёных. – 2017. – № 3 (3). – С. 154–160.
8. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cbr.ru/> (Дата обращения 11.02.2022)
9. Практика инфляционного таргетирования. — Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://cbr.ru/statichtml/file/17131/ccbshb29r.pdf>. (Дата обращения 05.02.2022)

10. Третьякова С.Н. Об эффективности инфляционного таргетирования в современных условиях // Банковское дело. 2015. – № 3. – С. 11-13.

11. Третьякова С.Н. Оценка детерминант инфляционного таргетирования в России // Экономика и управление: современные тенденции: сборник статей – Чебоксары: «Лару-тӑру» («Среда») издательство ҫурчӑ, 2019. – pp. 91-94. – ISBN 978-5-6042436-2-6.

12. Третьякова С.Н. Современная концепция денежно-кредитного регулирования, Краснодар, 2016. – 323 с.

13. Федеральный закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»

14. Цели и принципы денежно-кредитной политики. — Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://www.cbr.ru/DKP/about_monetary_policy/main_objective_and_principles/

15. Шакирова Р.К. Инфляция, антиинфляционная политика и налоги: теория и практика / Р. К. Шакирова // Финансы и кредит. – 2015. – №2 (626). – С. 22–37.

Оригинальность 80%