

ИНФЛЯЦИОННОЕ ТАРГЕТИРОВАНИЕ

Литвинко Д. К., студент

Научный руководитель – Лебедева К. О., преподаватель
каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Для осуществления эффективной денежно-кредитной политики государства, Национальный банк стремится поддерживать ценовую стабильность, одним из наиболее рентабельных способов является инфляционное таргетирование. Таким образом, инфляционное таргетирование предполагает прогноз инфляции как промежуточного целевого ориентирования. «Центральный банк прогнозирует предстоящую динамику инфляции и на основе этого прогноза задает количественно целевой ориентир по инфляции на планируемый период, не принимая на себя обязательств по достижению каких-либо других целевых ориентиров» [1, с. 36].

Рост процентных ставок оказывает воздействие на экономику в данный период времени, однако существенные улучшения могут ожидать лишь через время. Поэтому осуществление данной политики проходит только в долгосрочном периоде, при относительно высоком уровне доверия Центральному банку со стороны общественности. Для минимизации рисков проведения инфляционного таргетирования существует ряд условий: низкий уровень инфляции является первостепенной задачей, таргетирование инфляции не включает в себя какие-либо другие показатели, полная автономность Центрального банка.

В настоящее время все больше стран переходит от монетарного таргетирования и таргетирования обменного курса к инфляционному. Воздействия данной политики на экономику оказались неоднозначны, но в большинстве странах наблюдалось снижение уровня инфляции и ее волатильности.

Список литературы

1. Криворотов, Д. В. Инфляционное таргетирование / Д. В. Криворотов // Банкаўскі веснік. – 2005. – № 19. – С. 64