

## **ІНФЛЯЦІЙНІ ОЧІКУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Анішина Євгенія Олександрівна**  
**Науковий керівник к.е.н. доц. Карпова І.В.**  
**Державний вищий навчальний заклад**  
**Харківський навчально – науковий інститут**  
**Університет Банківської Справи**

У квітні 2015 року Національний Банк України задекларував намір українського центрального банку перейти в майбутньому до режиму інфляційного таргетування з метою стабілізації інфляції на рівні близько 5% [1]. Завдяки встановленню чіткої і видимої мети інфляційне таргетування може допомогти центральному банку вибудувати довіру і закріпити інфляційні очікування, стабілізуючи в підсумку як інфляцію, так і ділову активність.

Інфляційне таргетування - комплекс заходів, які приймаються державними органами влади для контролю за рівнем інфляції у країні. Національний банк України збирає дані про інфляційні очікування кількох типів агентів: споживачів (домогосподарств), фірм і професійних прогнозистів. В середньому споживачі передбачили високу інфляцію (21.1%), але істотно розійшлися в поглядах на її величину (стандартне відхилення 16.3%). Помітні невеликі відмінності між чоловіками і жінками, а також залежно від рівня освіти, доходів та віку людей. Явна неоднорідність поглядів виявлена в різних регіонах. Люди, які проживають у Західній Україні, очікують, що інфляція становитиме в середньому лише 12% і передбачають міцнішу гривню, ніж решта населення. Натомість ті, хто проживає на півдні та сході, очікують набагато вищого рівня інфляції порівняно з рештою населення (відповідно 26% і 28%) і слабшої гривні [2]. Такі регіональні відмінності в поглядах могли впливати з різних економічних умов на той момент, зокрема, причиною могла бути політична і воєнна нестабільність на півдні та сході.

Опитування щодо очікувань фірм проводять територіальні управління НБУ один раз на квартал; у вибірці приблизно 1 000 фірм різного розміру з різних секторів економіки та різних регіонів країни. Фірми очікують вищого рівня інфляції порівняно зі споживачами (27% порівняно з 21%). Це наводить на думку про те, що фірми приділяють значну увагу статистиці інфляції й уважно стежать за обмінним курсом. Оскільки Національний банк України готується в майбутньому перейти до режиму інфляційного таргетування, він обов'язково повинен враховувати факт існування в країні численних глибоких проблем, у тому числі високої інфляції, слабкої економіки та політичної нестабільності.

Але опитування виявились інформативними навіть без таких змін. Наприклад, вони виявили яскраві відмінності і подібні риси інфляційних та курсових очікувань українських домогосподарств і фірм. Також вони виявили несподівано сильну кореляцію в часі між очікуваннями змін обмінного курсу та інфляційними очікуваннями, підтверджуючи думку про те, що українці

вважають обмінний курс основним сигналом загальних цінових змін в економіці.

На жаль, досвід країн, де діє режим інфляційного таргетування, свідчить про тривалу боротьбу за фіксацію очікувань, навіть коли низький рівень інфляції утримується впродовж багатьох років. Через двадцять п'ять років після запровадження інфляційного таргетування домогосподарства та фірми в Новій Зеландії, як і домогосподарства у США, все ще передбачають інфляцію вищу від цільового показника. Цей процес може бути ще складнішим для України, яка має історію нещодавньої гіперінфляції. Таким чином, українським політикам слід набратись терпіння і не сподіватися на швидкі результати, принаймні коли йдеться про інфляційні очікування

#### Література

1. Гордієнко Ю. Інфляційні очікування в Україні: довгий шлях до закріплення? / Ю. Гордієнко, О. Куабіон // Вісник НБУ. – 2015. №233. – С. 6 – 25.
2. Національний Банк України (НБУ). (2015). «Коли буде забезпечена стабільність цін в Україні». Режим доступу: [http://bank.gov.ua/control/en/publish/article?art\\_id=17505335&cat\\_id=17505318](http://bank.gov.ua/control/en/publish/article?art_id=17505335&cat_id=17505318).