

Список використаних джерел

1. OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment / [issued by the Investment Committee's Working Group on International Investment Statistics]. – 4th edition. – OECD Publishing, 2008. – 250 с.
2. Офіційний веб-сайт Конференції ООН з торгівлі та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unctad.org>.
3. Офіційний веб-сайт Організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org>.
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Офіційний веб-сайт Офісу із залучення та підтримки інвестицій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukraineinvest.com/.
6. Abakumova, J., Primierova, O. (2018). Economic Growth, Globalisation And Income Inequality: The Case Of Ukraine. *Economics*, 10, 11th.
7. Лук'яненко, І., Віт, Д. (2017). Системний аналіз формування державної політики в умовах макроекономічної дестабілізації.

ІРКЛІЄНКО В.Ю.

*Студент магістратури,
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ОПТИМІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ ТАРГЕТУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ

Швидке зростання темпів інфляції протягом останніх років в Україні, підвищення фінансових ризиків та невизначеності умов інвестиційної діяльності, стало поштовхом до впровадження однієї із дієвих стратегій монетарної політики – інфляційного таргетування, метою якого є оптимізація рівня інфляції в країні.

Таргетування інфляції – монетарний режим, який передбачає відповідальність центрального банку за дотримання проголошеного значення офіційного показника інфляції (таргету) протягом визначеного періоду часу. Відповідальність центрального банку обумовлена можливістю використання усього переліку інструментів монетарної політики, у випадку загрози недотримання визначеного значення таргету [2].

Аналізуючи Дорожню карту Національного банку України з переходу до інфляційного таргетування, можна стверджувати, що стратегією НБУ є досягнення цінової стабільності шляхом дотримання кількісних цілей щодо інфляції.

Середньострокова ціль щодо інфляції встановлена на рівні 5 % (для річного приросту індексу споживчих цін) і досягатиметься поступово. Зокрема встановлено такі короткострокові цільові показники для річної зміни індексу споживчих цін [1]:

- 1) на кінець 2016 р. - 12% із можливістю відхилення +/- 3%;
- 2) на кінець 2017 р. - 8% із можливістю відхилення +/- 2%;

- 3) на кінець 2018 р. - 6% із можливістю відхилення +/- 2%;
- 4) на кінець 2019 р. - 5% із можливістю відхилення +/- 1%;
- 5) на кінець 2020 р. і надалі - 5% із можливістю відхилення +/-1%.

Визначений показник на 2016 р. підтвердився, оскільки рівень інфляції за 2016 р. становив 12,4%. Проте, у 2017 р. споживча інфляція становила 13,7%, а у 2018 р. – 9,8%, що значно перевищувало ціль НБУ. Інфляція відхилилась головним чином через дію чинників, на які НБУ не міг вплинути за допомогою інструментів грошово-кредитної політики. Серед них можна виділити скорочення пропозиції окремих видів продовольчих товарів через несприятливі погодні умови, нестабільну ситуацію у тваринництві, зростання світових цін та зовнішнього попиту на вітчизняні продукти харчування [3].

Для поступового зниження інфляції до цільових орієнтирів у середньостроковій перспективі Регулятор перейшов до більш жорстких заходів. В останньому кварталі 2017 року Правління НБУ двічі підвищило ключову облікову ставку до 14,5%. Чергове підвищення облікової ставки на початку 2018 року до 16%, а з 07.09.2018 – до 18%, свідчить про рішучість у намірі подолати інфляцію і підвищити макроекономічну стабільність.

Національний банк і надалі буде спрямовувати свою політику на зниження темпів зростання цін та досягнення інфляційних цілей. У 2019-2020 роках споживча інфляція знижуватиметься і поступово повернеться до цільових показників, однак цей процес триватиме довше, ніж очікувалося раніше. Інфляція повернеться в цільовий діапазон у середині 2019 року [4].

Однак, для зменшення інфляції до оптимального рівня лише запровадження режиму інфляційного таргетування недостатньо, важливо перш за все забезпечити підвищення рівня керованості інфляційним процесом на основі зниження граничної інфляційності ВВП та внесення необхідних змін у режим монетарної політики. Серед цих змін можна виділити такі: забезпечення інституційної незалежності Національного банку та посилення координації його діяльності з Урядом; підвищення ефективності монетарних інструментів регулювання грошового та валютного ринків; запровадження режиму гнучкого курсоутворення; створення технічних передумов для якісного прогнозування інфляційних процесів; посилення прозорості монетарної політики і комунікацій з громадськістю тощо.

З огляду на це, тривалість цього етапу буде залежати не тільки від поточного рівня інфляції та готовності суспільства і влади реалізовувати стратегію інфляційного таргетування, але й від майбутніх змін в економіці.

Таким чином, оптимізація політики таргетування інфляції є однією з умов ефективного застосування регулятивних інструментів Національним банком, оскільки від довіри до банківської системи і національної валюти вирішальною мірою залежить успішність усіх заходів державної економічної політики щодо подолання кризових явищ в економіці. Головною метою грошово-кредитної політики України є забезпечення цінової та фінансової стабільності. Чим нижчим буде рівень інфляції, тим більш стійкою буде економіка, збільшуватиметься купівельна спроможність національної валюти, а також відповідно збільшуватиметься її курс.

Список використаних джерел

1. Дорожня карта Національного банку України з переходу до інфляційного таргетування (IT) [Електронний ресурс]. К.: НБУ, 2016. 17 с. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=28704716>
2. Офіційний сайт Національного банку України. Глосарій банківської термінології [Електронний ресурс]. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=124734&cat_id=124733
3. Офіційний сайт Фінансового порталу Мінфін. Індекс інфляції [Електронний ресурс]. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
4. Про Основні засади грошово-кредитної політики на 2016-2020 роки: Постанова Правління Національного банку України від 18.08.2015 №541. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=28745297>

КУСТОВІНОВА А.О.

Студентка 4 р.н. НаУКМА

ШЕРИНГОВА ЕКОНОМІКА: СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ЇЇ ПРИКЛАДИ В УКРАЇНІ

Шерингова економіка або ж економіка спільної участі (від англ. Share - ділитись) - це соціоекономічна система, заснована на спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами. Головні гравці у цій системі – шерингові інтернет-платформи, де учасники-споживачі платять за право тимчасового використання ресурсу, який належить іншим учасникам. Поняття шерингу існувало задовго до 21 століття, але рушіями власне сучасного поняття шерингової економіки спричинено такими головними рушійними силами:

1. Пірінгові соціальні мережі та технології реального часу радикально змінили поведінку величезної кількості людей;
2. Світова економічна криза змусила відмовлятися від бездумного споживання;
3. Екологічні проблеми все більше впливають на економіку та повсякденне життя;
4. Четвертий чинник – це те, що люди стали більше довіряти одне одному і частіше допомагати. [1]

Сучасна ж концепція шерингу та шерингової економіки була сформована Рейчел Ботсман та Ру Роджерс у 2010 році, співавторами книги "What's Mine Is Yours: Rise Of Collaborative Consumption". Основа цієї концепції сучасного шерингу формується на таких постулатах: 1) Економія часу та ресурсів; 2) Вигода; 3) Раціональне споживання; 4) Довіра - Соціальний ефект від шерингу сприяє збільшенню загального рівня довіри у суспільстві; 5) Використання комунікаційних технологій. Комунікації в даному випадку розглядаються як ключовий драйвер шерингу. [2]

Головним ефектом шерингової економіки є те, що вона забезпечує сталу економіку. Предмети, якими люди обмінюються, отримують ефективніший та довший термін використання, а люди можуть інвестувати свої кошти