

## ИНФЛЯЦИОННОЕ ТАРГЕТИРОВАНИЕ КАК ДЕЙСТВЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ

*Умарова Хуришда Олимжоновна*

*Преподаватель кафедры «Финансы и бухгалтерский учет», Ташкентский  
Государственный Экономический Университет,  
Ташкент, Узбекистан*

### **Аннотация.**

В условиях глобализации и неблагоприятной экономической конъюнктуры проблема проведения монетарной политики стоит очень остро. Одним из «смягчающих» и регулирующих способов проведения денежно-кредитного регулирования является режим инфляционного таргетирования, который заслуживает особого внимания. Качественный анализ возможностей применения таргетирования инфляции полезен для оценки значимости и возможностей применения данного режима денежно-кредитной политики в каждой конкретной стране.

**Ключевые слова:** Инфляция; инфляционное таргетирование; денежно-кредитная политика; Центральный банк

Поддержание стабильности цен гарантирует макроэкономическую и социальную стабильность в стране и является необходимым условием для продвижения экономических реформ и успешной реализации программы социально-экономического развития страны. Низкая и стабильная инфляция является важнейшим условием для обеспечения сбалансированного роста экономики, повышения конкурентоспособности производства и улучшения уровня жизни населения. Поэтому снижение и стабилизация уровня инфляции цен должно стать важным приоритетом экономической политики государства.

В то же время стабильно низкая инфляция создает необходимые условия для того, чтобы физические и юридические лица могли конвертировать свои сбережения в долгосрочные инвестиции, и, смягчая последствия ценовых искажений на рынке, обеспечивает наиболее эффективное распределение имеющихся экономических ресурсов и способствует экономическому развитию.

Инфляция является одним из главных факторов экономического развития, так как выступает важнейшим параметром потребительского и инвестиционного спроса. Инфляция является критерием ценовой и макроэкономической стабильности. Поэтому вне зависимости от существующей денежно-кредитной политики в стране, Центральный банк всегда учитывает показатель инфляции.

В настоящее время стало очень популярным проводить инфляционное таргетирование и все больше стран выбирают именно этот способ кредитно-

денежной политики. Несмотря на то, что понятие «Инфляционное таргетирование» было введено относительно недавно, в 1989 году, оно стало популярным в более чем в 40 странах мира, включая Аргентину, Австралию, Бразилию, Великобританию, Грузию, Индию, Израиль, Канаду, Польшу, Турцию, Швецию, Японию и Чехию, активно применяют этот режим при проведении денежно-кредитной политики.

В экономической литературе приводится ряд различных определений инфляционного таргетирования. Среди них, определение, данное Г. Рудебуш и К. Уолшом, наиболее четко описывает суть и значение инфляционного таргетирования. По ним, Инфляционное таргетирование представляет собой модель для принятия центральным банком решений, на основании которых он берет на себя четкие обязательства по проведению денежно-кредитной политики в границах публично объявленного инфляционного целевого показателя на протяжении определенного временного промежутка<sup>1</sup>. Исходя из сказанного, понимается применение операционного инструментария центрального банка в целях достижения количественного ориентира инфляции, за который этот орган несет ответственность.

Инфляционное таргетирование представляет собой особый режим монетарной политики страны, главной целью которой является обеспечение стабильности цен. Название этого режима произошло от английского слова “Target”, что означает “цель”. В режиме инфляционного таргетирования Центральным банком устанавливается целевой показатель инфляции (таргет).

Центральный банк устанавливает наиболее подходящий целевой показатель инфляции и применяет необходимые инструменты денежно-кредитной политики и механизмы постоянного анализа экономического развития.

Необходимо подчеркнуть то, что под ценовой стабильностью понимается не нулевая или отрицательная инфляция, а именно невысокий его показатель. То есть возможно незначительное повышение цен в среднесрочном периоде, но не постоянное. Именно это положительно влияет на функционирование экономики.

Отличие инфляционного таргетирования от других режимов монетарной политики характеризуется двумя основными особенностями: во-первых, Центральные Банки должны соблюдать мандат по достижению ценовой стабильности, который имеют только они. Стабильность цен, в этом случае, принимает форму некоего обязательства по достижению количественного целевого показателя инфляции. Ориентир целевого показателя инфляции может быть представлен как точно или как диапазон годовой инфляции. Обозначение единого целевого показателя инфляции подразумевает, что ценовая стабильность является основной целью денежно-кредитной политики, а его

---

<sup>1</sup> Rudebusch G. Walsh C. U. S. inflation targeting: pro and contra// F R B o f San Francisco Economic Letter. 1998. No 18.

количественное определение отражает тактические намерения монетарных властей управлять инфляцией.

Во-вторых, еще одной целью денежно-кредитной политики является прогнозирование инфляции во времени, то есть на определенный период времени. По этой причине цель по инфляции иногда называют «целью прогноза инфляции» (название было дано правительству в 1997 г. профессором Принстонского университета, заместителем управляющего Центральным банком Швеции Дж. И. Свенсоном). Поскольку инфляция частично predetermined в краткосрочной перспективе, денежно-кредитная политика может повлиять только на ожидаемую будущую инфляцию. Изменяя денежно-кредитную политику на основе новой информации, центральный банк воздействует на ожидаемую инфляцию, постепенно приближаясь к своему целевому показателю инфляции. Таким образом, со временем фактическая инфляция будет доведена до целевого уровня.

Регулирование уровня инфляции в стране происходит за счет манипулирования ставкой рефинансирования Центрального банка. Так, повышение ключевой ставки приводит к повышению депозитных ставок в коммерческих банках, тем самым увеличивается привлекательность сбережения средств. Кроме того, кредиты как для населения, так и для представителей бизнеса дорожают, соответственно спрос на них падает. В результате количество денежных средств у населения уменьшается и снижается уровень инфляции. И, наоборот, обратные последствия можно ожидать при понижении ключевой ставки. Именно поэтому необходимо наличие эффективно функционирующих финансовых институтов и финансовых рынков в стране.

Режим инфляционного таргетирования имеет двойственный характер: С одной стороны, Центральные банки имеют полную свободу в выборе финансовых инструментов и механизмов регулирования показателей денежно-кредитной политики, но, с другой, ограничены строгим процессом установления целей и ответственности перед обществом.

Для того чтобы перейти к инфляционному таргетированию, необходимо выполнить три основных условия.

- Определенный баланс на внутреннем валютном рынке, поскольку дисбаланс может привести к серьезным колебаниям валютного курса и вызвать необходимость введения режима плавающего валютного курса.

- Развитие передаточных механизмов и финансовых рынков таким образом, чтобы механизм процентных ставок можно было использовать в качестве реального ограничения финансовой деятельности банковского сектора.

- Определение набора механизмов и инструментов для самого таргетирования.

Как показывает мировой опыт, инфляционное таргетирование должно быть мериллом успеха стран с рыночной или переходной экономикой в сдерживании инфляции и создании стимулов для экономического роста, благодаря созданию соответствующих условий. Однако наряду с методами финансового регулирования следует использовать и другие методы макроэкономического воздействия, доказавшие свою эффективность в разных странах. Эти методы включают повышение спроса на деньги, увеличение сберегательной активности домашних хозяйств, развитие финансовых рынков и используемых финансовых инструментов, а также разработку сбалансированной налогово-бюджетной политики.

Таким образом, оценка эффективности кредитной политики в условиях режима инфляционного таргетирования характеризуется устойчивостью к внешним шокам, способствующим достижению ценовой стабильности в стране. Этот режим приносит положительный результат, который выражается как в замедлении динамики потребительских цен, так и в снижении их волатильности.

#### **Список литературы:**

1. Мусахонзода Икромжон Собирхон ўгли. (2023). Молиявий натижаларда шакллантиришда трансакцион харажатлар, муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари. *Образование наука и инновационные идеи в мире*, 13(7), 30–35. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2780>
2. Musahonzoda, I. (2019). About organization of additional vocational training of accountants. *Humanitarian and SocioEconomic Sciences Journal*, (2), 30-34. [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_38230413\\_58575723.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38230413_58575723.pdf)
3. M.S.Tulayev, B.P.Qlichev, (2022). Moliyaviy hisob. (Darslik). ISBN 978-9943-8915-9-3, UO‘K: 657(075.8)
4. Назарова Муслима Назаровна. (2022). Нобанк кредит ташкилотларининг хукукий асослари. *Journal of New Century Innovations*, 10(2), 48–54. <http://www.newjournal.org/index.php/new/article/view/985>
5. Мусахонзода, И. (2022). Корхоналар молиявий натижаларини бошқариш тизими ва уни ҳозирги ислохотлар шароитида такомиллаштиришининг зарурлиги. *Архив научных исследований*, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1969>
6. Қличев Б.П. (2022). Истеъмолчи манфаатлари асосида маҳсулотга баҳо шакллантириш масалалари таҳлили. “Иқтисодиёт: таҳлиллар ва прогнозлар”, ISSN: 2181-0567, 4 (20)-сон, 170-175, УЎК: 338.4 (575.1) <https://ifmr.uz/journals/18>

7. Тулаев, М. С., & Кличев, Б. П. (2022). Вопросы совершенствование учета корпоративных облигации: обязательство или капитал. In Учет, анализ и аудит: их возможности и направления эволюции (pp. 146-154).
8. Адашалиев, Б. (2022). Ўзбекистонда корхоналар ва ташкилотларнинг молиявий ҳисоботининг халқаро стандартларига ўтишининг долзарб масалалари. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1127>
9. ХУДОЁРОВ О.О. (2023). Банк тизимини рақамлаштириш шароитида рақамламли банк технологиларини жорий қилиш. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 99–107. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2788>
10. Klichev, B.P., Tulaev, M.S. (2021). Issues of development of the analysis of business activity in joint-stock companies of Uzbekistan. ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. ISSN: 2249-7137 Vol. 11, Issue 11, November 2021, 584-591 <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.02539.8>
11. Фарходовна Ирода Урманбекова. (2023). Иқтисодий рақамлаштириш шароитида электр энергия ишлаб чиқарувчи корхоналарда харажатлар ҳисоби ва таҳлилининг мақсад ва вазифалари. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 91–98. retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2787>
12. Салимов Шерзод Бахтиёрович. (2023). Ўзбекистон стратегик мақсадлар сари ривожланишда. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 60–71, retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2784>
13. О. Бозорова. (2023). Давлат томонидан тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш йўналишлари. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 24–29. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2779>
14. Кличев, Б. (2023). Корхоналарда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми таҳлилининг такомиллаштириш масалалари. Направления развития благоприятной бизнес-среды в условиях цифровизации экономики, 1(01), 170 – 173, <https://doi.org/10.47689/TSUE2022-pp170-173>
15. O. Khudoyorov, N Ernazarov (2020). Operating banks operations with foreign options and futures of foreign banks: Foreign experiences and their features - Journal of Critical Reviews, <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43264712>
16. Тулаев, М. (2021). Аудитнинг халқаро стандартлари асосида аудиторлик текширувини ташкил қилиш масалалари. Архив научных исследований, 1(1).
17. Yuldashev, J. A. (2022). Mechanisms of Customer Attraction Based on Marketing Strategies in Commercial Banks. EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS

- STARTUPS AND OPEN SOCIETY, 2(10), 25–32. Retrieved from <http://www.inovatus.es/index.php/ejbsos/article/view/1313>
18. Юлдашев, Ж. (2021). Совершенствование методики оценки состояния отношений с клиентами в коммерческих банках. Экономика и инновационные технологии, (3), 233–244. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/11885](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11885)
19. Тулаев, М. (2021). Разработка методики определения уровня существенности в аудите. Экономика и инновационные технологии, (5), 52–60. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/12137](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/12137)
20. Назарова Муслима Назаровна. (2023). Ломбардлар фаолиятининг замонавий ҳолати таҳлили. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 50–59. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2783>
21. СУЛТАНОВ, М., & АДАШАЛИЕВ, Б. В. (2021). Фонд бозори савдолари фаоллигини оширишда молиявий саводхонликнинг ўрни. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/384>
22. Nazarova, M. N. (2023). Legal Framework for Microcredit Organizations in the Republic of Uzbekistan and Analysis of Their Current State. Asian Journal of Technology & Management Research (AJTMR) ISSN, 2249(0892). [http://www.ajtmr.com/papers/Vol12Issue2/Vol12Iss2\\_P4.pdf](http://www.ajtmr.com/papers/Vol12Issue2/Vol12Iss2_P4.pdf)
23. Урманбекова, И. Ф. (2023). Электр энергияси ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш ва унинг муқобил манбаларидан фойдаланиш имкониятларини ошириш йўллари. O‘zbekistonda fanlararo innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar jurnali, 2(15), 317-322.
24. Салимов, Ш. (2021). Технопарк – фактор инновационного развития малого и среднего бизнеса. Экономика и инновационные технологии, (3), 106–115. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/11872](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11872)
25. Қличев Бахтиёр Пардаевич, (2023). Корхоналарда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми таҳлилини такомиллаштириш масалалари. Issues of improving the analysis of the volume of production at enterprises. *ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ*, 13(7), 42–49. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2782>
26. Klichev, B.P., Choriev, I. X. (2021). The Issues Of Business Activity Organization In Uzbekistan. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI). Volume 12, Issue 7, July 2021: 4587- 4593.- <https://www.tojq.net/index.php /journal/article/view/4494>

27. Қурбонов Мухиддин Абдуллаевич. (2023). Камерал солиқ назорати, риск анализларни смарт технологиялардан фойдаланилган ҳолда амалга оширишни такомиллаштириш. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 36–41. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2781>
28. Курбонов, М. (2020). Зарубежный опыт эффективного использования финансовых ресурсов государственных целевых фондов. Экономика И Образование, 1(5), 163–166. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economy\\_education/article/view/4823](https://inlibrary.uz/index.php/economy_education/article/view/4823)
29. О.О.Худоёров (2022). ХАЛҚАРО ТИЖОРАТ БАНКЛАРИНИНГ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЙЎЛИДАГИ ТАЖРИБАЛАРИ. Newjournal.org часть №6 ст.51. <http://www.newjournal.org/index.php/new/article/view/994/847>
30. Ойбек Одилович Худоёров. (2016)The role of internal audit and internal control in banking sector. Молодой ученый. часть №9. ст 739-742. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25964274>
31. О.Худойоров (2017). Importance of credit risk management in banks. Экономика и бизнес: теория и практика. часть №5. 242-244. <https://cyberleninka.ru/article/n/importance-of-credit-risk-management-in-banks>
32. Ф.Қ.Бобохўжаева. (2022). Банкларнинг иқтисодий ривожланишида маркетингнинг ўзига хос муҳим жihatлари. Eurasian journal of law, finance and applied sciences, 2(13), 156–159. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7466722>
33. Ф.Қ.Бобохўжаева. (2023). Банк ва мижоз ўртасидаги иқтисодий муносабатларда маркетингнинг ўрни ва ахамияти. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 121–127. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2790>
34. Бозорова, О. (2022). Корхоналар молиявий ҳолатини таҳлил қилишнинг ахамияти. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1084>
35. Тулаев Мирзакул Саламович. (2023). Ижара олинган асосий воситалар ҳисоби –молиявий фаолиятни молиялаштириш манбаси. Образование наука и инновационные идеи в мире, 13(7), 3–15. Retrieved from <http://www.newjournal.org/index.php/01/article/view/2777>
36. Бозорова, О. (2022). Баланс ликвидлигини таҳлили. Архив научных исследований, 2(1). извлечено от <http://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/1355>