

мою бартерних операцій є прямо пропорційною, при цьому темпи зміни рівня цін випереджають темпи зміни бартерних операцій.

Застосування результатів дослідження на практиці дозволяє уряду на основі статистичних даних оцінити вплив бартерних операцій на рівняння рівноваги в макроекономіці і на основі цього здійснювати необхідні економічні заходи по стабільному розвитку економіки держави і забезпеченню виникненню кризових ситуацій. Дане дослідження дозволить вирішити проблему впливу бартерних операцій на грошовий обіг і національне виробництво в державі і збагатити у даному аспекті економічну теорію.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі стосуються більш ґрунтовної розробки системи взаємодії складових агрегатів грошового обігу (M, V) й агрегатів національного виробництва і потребує особливої уваги.

УДК 330.322.01

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua>.
2. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uchebnik-online.com>.
3. Ирвинг Фишер. Покупательная сила денег [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.klex.ru/8zv>.
4. Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю ; пер. с англ. 2-го изд. Е.С. Иванова, И.Ю. Лаврова, В.Ф. Максимова, Л.В. Максимова, А.Р. Маркова, В.Д. Медвинской, П.А. Отмахова, Р.И. Столлера, С.В. Черпакова (руководитель группы). – К. : Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
5. Горлов-Марченко С.Н. Кризисы. Выход: кадры, управление, экономикс / С.Н. Горлов-Марченко. – Кировоград : ПОЛИМЕД-Сервис, 2000. – 370 с.
6. Горлов С.М. Економіка-XXI. Теорія і практика / С.М. Горлов. – Кировоград : Приватне підприємство «Ексклюзив-Систем», 2011. – 360 с.

Рудь І.Ю.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту*

Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАКТИКИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ПОКАЗНИКА ІНФЛЯЦІЇ У МОНЕТАРНІЙ ПОЛІТИЦІ

Стаття присвячена визначенню поняття інфляційного таргетування, практики визначення та застосування показника інфляції. Розкрито ознаки інфляційного таргетування. Запропонована методика обчислення показників чистої інфляції.

Ключові слова: інфляція, таргетування інфляції, ознаки інфляційного таргетування, монетарна політика, показник інфляції.

Рудь И.Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНФЛЯЦИИ В МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКЕ

Статья посвящена определению понятия инфляционного таргетирования, практики определения и применения показателя инфляции. Раскрыты признаки инфляционного таргетирования. Предложена методика расчета показателей чистой инфляции.

Ключевые слова: инфляция, таргетирование инфляции, признаки инфляционного таргетирования, монетарная политика, показатель инфляции.

Rud I.U. IMPROVEMENT OF PRACTICE DEFINITIONS AND APPLICATION INFLATION RATE IN MONETARY POLICY

The article is devoted to the definition of the concept of inflation targeting, the practice of identifying and applying inflation. Revealed signs of inflation targeting. The proposed method for calculation of net inflation.

Keywords: inflation, inflation targeting, signs of inflation targeting, monetary policy, inflation.

Постановка проблеми. Під час подолання наслідків глобальної фінансової кризи в Україні та поглиблення трансформаційних процесів зростають вимоги до грошово-кредитної політики і особливо до її спроможності забезпечити фінансову, цінову та макроекономічну стабільність у країні. Показник інфляції є одним зі складових державної економічної політики і повинен забезпечити реалізацію поставлених цілей. Центральні банки багатьох країн за останнє десятиліття перейшли від короткострокового до середньострокового застосування монетарної політики, широко запроваджуючи режим інфляційного таргетування у практику регулювання грошово-кредитного ринку. Основним ефектом впровадження інфляційного таргетування є зниження рівня інфляції та інфляційних очікувань. Цим, власне, обґрунтовується власне тематика цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У фаховій літературі проблемам інфляційного таргетування

присвячено чимало досліджень. Різні фактори інфляційного таргетування досліджували Н. Дорофєєва, О. Кузнецов, Т. Кричевська, В. Лагутін, О. Петрик, Ю. Половнєв, О. Шаров та ін. Однак, незважаючи на значну увагу, приділену проблемі інфляційного таргетування, вона і надалі широко досліджується та розглядається у засобах інформації, виступах політиків, економістів і політологів.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати визначення таргетування інфляції, шляхи вимірювання фактичної та підвищення точності прогнозування очікуваної інфляції як основної складової монетарної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інфляція – це знецінення грошей, яке проявляється як постійне підвищення загального рівня цін у результаті перевантаження сфери обігу грошовою масою, не забезпеченої матеріальними цінностями [2, с. 10]. Серед негативних наслідків, викликаних інфляцією,

виділяють такі, як зниження рівня життя населення; зниження реальної вартості накопичених грошей; падіння виробництва; погіршення умов життя переважно в представників соціальних груп із твердими доходами тощо.

Серед ефективних методів боротьби з інфляцією виділяють наступні: контроль за грошовою масою; стабілізацію інфляційних очікувань населення; збільшення ступеня товарності економіки; зменшення податків; регулювання валютного курсу. Стримувати інфляцію можна так само за допомогою таргетування, сутність якого полягає у визначенні цільового показника або таргета, досягнення якого призведе до стабільності цін у країні.

Центральні банки у всьому світі використовують три базових монетарних режими:

1. Таргетування обмінного курсу, якого де-факто зараз намагається дотримуватися й Україна. У цьому режимі якорем макроекономічної стабільності є курс долара (рідше – євро або іншої валюти).

2. Монетарне таргетування. Його можуть застосувати Центробанки розвинених країн, у яких ріст економіки й попит на гроші стабільний. У таких умовах рівень цін регулюється грошовою пропозицією. Тому цінним якорем стає один із грошових агрегатів, яким управляє Центробанк.

3. Пряме інфляційне таргетування. Взявши на озброєння таку модель, Центробанк за допомогою дисконтної ставки регулює вартість грошей в економіці. А цим, за допомогою механізму монетарної трансмісії, впливає на рівень інфляції й темпи росту економіки.

Офіційно ж режим таргетування інфляції почали застосовувати на початку 90-х років. Піонером у цій справі став центральний банк Нової Зеландії, який у 1989 році оголосив, що концепцією його монетарної політики є таргетування інфляції. Після цього дуже багато країн теж прийняли цей режим, серед них були як високорозвинені країни, такі як Швеція, Канада, Великобританія, так і країни, що розвиваються (Бразилія, Мексика, Чехія, Польща) [3, с. 2]. Отже, важко провести чітку лінію між тими країнами, що застосовують інфляційне таргетування, і тими, що проводять іншу монетарну політику.

Активне обговорення проблеми доцільності впровадження режиму інфляційного таргетування в Україні розпочалося понад десять років тому, коли національна економіка вийшла на траєкторію зростання та відбулася певна стабілізація макроекономічних параметрів.

У сучасній економічній теорії немає чіткого та однозначного визначення таргетування інфляції. На думку А.А. Гриценка, в умовах збалансування економіки та грошово-кредитної сфери доцільно таргетувати інфляцію як найбільш інтегрований показник. Однак при нестабільності валютного курсу даний показник стає пріоритетним і підлягає першочерговому урівноваженню [2, с. 8].

Представник Банку Англії Джилл Хеммонд розкрив методичні підходи до визначення цільових орієнтирів інфляції [4]. Він зазначає, що єдиного загальноприйнятого визначення поняття «інфляційне таргетування» не існує, однак найбільш повним є визначення, сформульоване Б. Бернанке. У ньому вказується на дві ключові ознаки інфляційного таргетування:

1) факт офіційного оголошення кількісних орієнтирів щодо рівня інфляції на один чи більше горизонти планування;

2) офіційне визнання цільових орієнтирів інфляції кінцевою метою монетарної політики.

Інфляційне таргетування – це комплекс заходів, які здійснюються державними органами влади для підтримки стабільно низького рівня інфляції [7, с. 6]. Сутність стратегії інфляційного таргетування полягає у досягненні стабільної та низької інфляції у довгостроковому періоді. Такий режим фокусує увагу тих, хто здійснює макроекономічну політику взагалі та монетарну політику зокрема, передусім на перспективний стабільний розвиток економіки завдяки низькій і передбачуваній інфляції, а вже потім – на вирішення поточних проблем економічного зростання.

Інфляційне таргетування поєднує два аспекти: надання надійного середньострокового якоря для інфляційних очікувань і водночас достатня гнучкість політики для відповіді на короткострокові шоки без ризику втрати довіри до монетарного режиму. Додатковими чинниками успішності інфляційного таргетування є той факт, що запровадження цього режиму стимулює позитивні зміни у здійсненні монетарної політики, що також посилює ефективність використання інструментів політики. Ці позитивні зміни охоплюють зростання незалежності центральних банків, підвищення підвітності та прозорості, розбудову системи аналізу і прогнозування для підтримки процесу прийняття рішень тощо.

Перехід до інфляційного таргетування в Україні здійснюється поступово. На даний момент інфляційне таргетування не виправдовує своїх очікувань, оскільки цей механізм передбачає наявність розвинутого фінансового ринку, а в Україні не настільки розвинутий фінансовий ринок (у 2012 р. індекс Української біржі за підсумками торгів впав на 1,9%, загальний обсяг торгів на біржі становив 68,653 млн грн), гнучкий, плаваючий валютний курс і відповідальність центрального банку. У нашій країні державним органом, який контролює рівень інфляції, є Національний банк України, і мета НБУ – поступово знижувати інфляцію до 5% до 2014 року, а потім утримувати її на такому рівні.

Найефективнішим режимом монетарної політики для України в майбутньому є інфляційне таргетування.

По-перше, на відміну від прив'язки обмінного курсу інфляційне таргетування вимагає від центрального банку фокусуватися на внутрішній стабільності економіки та відповідати на різноманітні шоки, що загрожують їй. По-друге, на відміну від монетарного інфляційне таргетування не вимагає чіткого та стабільного зв'язку між грошима та інфляцією. Беручи до уваги останні інновації у фінансовій сфері (зокрема, інтернет-банкінг, інтернет-шопінг, банкомати, дебетні картки та багато інших), такий стабільний зв'язок майже не спостерігається.

Ще одна ключова перевага інфляційного таргетування – прозорість і можливість легкого розуміння громадськістю головної цілі монетарної політики – цінової стабільності. Це полегшує для центрального банку донесення цілей своєї політики до громадськості, яка, своєю чергою, може краще розуміти та передбачати дії монетарної влади.

Таргетування інфляції не є ідеальним і як будь-який монетарний режим має свої переваги та недоліки. До переваг необхідно віднести: забезпечення високого рівня довіри з боку населення до політики центрального банку та зниження інфляційних очікувань; забезпечення гнучкої валютно-курсової політики центрального банку; зменшення економічних втрат внаслідок усунення невизначеності в суспільстві щодо можливих кроків грошово-кредитної по-

літики; створення умов для збалансованого розвитку всіх секторів і галузей економіки, що забезпечить стабільний економічний розвиток країни; збереження в умовах нестабільного попиту на гроші ефективності монетарної політики та посилення її дієвості; динаміка інфляційних процесів (особливо в країнах з перехідною економікою) знаходиться під впливом факторів, які недостатньо контролюються центральним банком [1].

Недоліків інфляційного таргетування не так багато, однак необхідно зазначити, що запровадження цього монетарного режиму є проблематичним для країн, що розвиваються в нестабільних економічних та політичних умовах.

Що стосується нашої держави, то на сьогоднішній день вона виглядає слабо підготовленою для переходу на режим інфляційного таргетування. Для того щоб перейти на даний режим, необхідно вирішити декілька проблем: існування незбалансованої фіскальної політики та фактичної прив'язки обмінного курсу до долара США і, як наслідок, високий рівень доларизації економіки. Мають місце і низький рівень лібералізації валютного курсу, фондового ринку та наявність негативного торгового сальдо і посилення залежності від потоків іноземних інвестицій [1].

Застосування режиму таргетування інфляції передбачає виконання низки умов, які можна поділити на 3 групи:

1. Незалежний центральний банк. З економічної теорії та практики зрозуміло, що стабільність цін можлива лише у довгостроковому періоді. Тому центральному банку обов'язково потрібно враховувати лаг, який виникає між здійсненням певних заходів у монетарній політиці та їх реальним впливом на рівень інфляції. Хоча результати монетарної політики можна побачити лише з часом, але витрати, що виникають у зв'язку зі спробами досягнення цінової стабільності, виникають одразу. Отже, незалежність центрального банку у виборі засобів для проведення монетарної політики, є ключовою умовою запровадження в життя режиму таргетування інфляції. При цьому дуже важливо також визначити та законодавчо закріпити джерела та обсяги фінансування самого центрального банку.

2. Єдиний показник для таргетування. При застосуванні режиму таргетування інфляції важливо пам'ятати, що основною метою монетарної політики повинно бути досягнення запланованого рівня інфляції. Отже, будь-яку іншу ціль можна встановлювати, тільки якщо вона не суперечить інфляційному таргетуванню. Такі цілі, як таргетування інфляції та повна зайнятість не є суперечливими у довгостроковому періоді, оскільки досягнення інфляційної цілі – це найкращий внесок монетарної політики у забезпечення повної зайнятості. Однак у короткостроковому періоді вони можуть бути взаємовиключні.

3. Макроекономічна стабільність. Ця умова є надзвичайно важливою, оскільки прийняття режиму таргетування інфляції у економічно нестабільній державі або у державі, яка щойно пережила економічну кризу, може призвести до конфлікту цілей, а отже неможливості досягнення запланованого рівня інфляції. Якщо можливість монетизації великого бюджетного дефіциту мінімальна, то сильна фіскальна політика уряду може зменшити реальні економічні втрати від процесу зниження інфляції.

Одним із найважливіших питань, яке слід з'ясувати при запровадженні інфляційного таргетування, є вибір показника інфляції. Найбільш по-

ширим у світі об'єктом таргетування є індекс споживчих цін, який за 2012 рік складає 99,8%, що свідчить про дефляцію в Україні [5]. Деякі країни таргетують показник базової або чистої інфляції, який розраховується на основі індексу споживчих цін шляхом вилучення із споживчого кошика певних компонентів, що є чутливими до шоків пропозиції (наприклад, паливо та продукти харчування, процентні платежі за іпотечними кредитами). Перевагою індексу споживчих цін як цільового орієнтира є те, що він найкраще відображає зміни вартості життя. У той же час перевагою базової інфляції є те, що вона повністю підконтрольна центральному банку, оскільки формується під дією монетарних чинників, і тому її досягнення є більш імовірним. Слід звернути увагу, що особливістю індексу споживчих цін як показника інфляції є те, що серед його чинників є такі, що цілком або частково контролюються державою, і такі, що знаходяться поза межами її контролю.

Варто відзначити, що значно поширеною є думка про те, що оптимальною може бути лише позитивно низька інфляція в межах 2-3%, оскільки нульовий і високий її рівні справляють негативний вплив на зростання виробництва та добробут населення.

Наведений підхід спирається на спрощене уявлення про оптимальний рівень інфляції, в основі якого лежить принцип – чим нижче, тим краще. Насправді оптимальний, тобто найкращий, рівень інфляції є не абсолютною, а відносною величиною. Такий висновок випливає з аксіоматичного положення, згідно з яким досягнення бажаного рівня інфляції слугує не самоціллю монетарної політики, а передумовою досягнення більш високої мети економічної політики – зростання ВВП. Це означає, що поняття – оптимальний рівень інфляції не завжди може збігатися з поняттям – низький рівень.

Перехід України до організації монетарного регулювання на принципах інфляційного таргетування створює низку проблем, які потребують попереднього вирішення. Спочатку необхідно виявити найбільш дієві інструменти грошово-кредитної політики. Актуальна для Національного банку України «інструментальна» проблема поступово втрачає свою гостроту, оскільки його керівництво значною мірою визначилося з регуляторними заходами на подолання підвищеної інфляції. Перехід до прямого таргетування інфляції як найбільш інтегрованого показника макроекономічного розвитку планується здійснити у період 2012–2013 рр. На той же час передбачається і повне скасування обмежень у функціонуванні валютного ринку та перехід до валютно-курсного режиму вільного плавання [1, с. 219-220].

Таблиця 1
Зіставлення прогнозованого та фактичного
індексів споживчих цін у 2008–2014 рр.
(грудень до грудня попереднього року), %

| Роки | Планово | Фактично | Відхилення від середнього значення |
|------|-------------|----------|------------------------------------|
| 2008 | 118,5 | 125,8 | +7,3 |
| 2009 | 115,4 | 106,1 | -9,3 |
| 2010 | 109,8 | 99,4 | -10,4 |
| 2011 | 103-106 | 108,2 | +1,7 |
| 2012 | 105,8-106,3 | 109,7 | +1,6 |
| 2013 | 108,6 | 109,1 | +0,5 |
| 2014 | 103,6-106,8 | 104,5* | -0,78 |

* Фактичний індекс споживчих цін за 2014 р. подано даними за 8 місяців

Зіставлені індекси споживчих цін (ІСЦ), запропоновані Міністерством економіки та внесені до «Основних засад грошово-кредитної політики...» на певний рік, та фактичний рівень інфляції представлені у таблиці 1.

Відхилення фактичних показників інфляції від прогнозованих відбулося у 2009, 2010 та 2014 роках, це пояснюється наступними основними обставинами.

По-перше, нестабільність економічних процесів у трансформаційному суспільстві залишається багатоваріантним. По друге, на інфляційну ситуацію помітно впливають зовнішні відносно економічної системи, що впливають на макроекономічний рух цін.

За характером цінової динаміки останніх років індекс споживчих цін був нетиповим, оскільки загальною тенденцією останніх років до неухильної дезінфляції змінилася на протилежну. Для цього було кілька об'єктивних причин, породжених зростанням витрат виробників внаслідок подорожчання енергоносіїв, підвищенням попитом населення на м'ясні вироби в умовах зростання реальних доходів, подорожчанням освітніх послуг тощо. Взимку у складі продовольчих товарів спостерігаються підвищувальні зрушення в цінах картоплі, овочів і фруктів, молока і продукції з нього. Улітку характер цінової динаміки змінюється у протилежному напрямі (табл. 2).

Загалом, сезонні коливання цін кожного року мають свою амплітуду і відстань між зимовими піками та літніми спадами виявляється неоднаковою, що залежить від конкретних зрушень у фактичних витратах виробників та особливостей попиту споживачів.

Проте, узагальнивши помісячні цінові коливання протягом останніх 8 років (період відносної макроекономічної стабілізації з часу введення в обіг гривні), отримуємо середні значення інфляції для кожного з місяців. Для більшої наочності приймемо за 100% індекс споживчих цін «літнього мінімуму» – ціни липня. Різниця між середніми значеннями індексів споживчих цін у січні та липні становить 5,7%, що характеризує сезонні коливання за 8 останніх років. Крім того, щороку вартість споживчого кошика істотно зростає у жовтні та у IV кварталі. Осінньо-зимові сплески цін видаються цілком закономірними і пояснюються зниженням продуктивності тваринництва в холодну пору року та витратами на зберігання овочової продукції. Водночас квітневі підвищення цін мають дещо іншу природу: часто вони породжуються побоюваннями споживачів під час весняної сівби щодо майбутнього урожаю сільськогосподарських

культур та намаганнями виробників застрахуватися від можливих збитків восени шляхом створення через вищі ціни своєрідного резерву рентабельності.

Висновки з проведеного дослідження. Виходячи з цих проблем, необхідно здійснити низку кроків, спрямованих на політичну та макроекономічну стабілізацію, а також повинні бути розширені фінансові ринки, що потребує зусиль усіх гілок влади, тому що саме відсутність угоди між ними є однією з найбільших проблем не тільки в контексті грошово-кредитної політики, а в загальному вимірі. Отже, гостро стоїть питання стабілізації рівня інфляції, прискорення розвитку фінансового та диверсифікації банківського секторів. У свою чергу міжбанківський ринок повинен стати єдиним та ліквідним. Важливу роль відіграє здатність Національного банку України досягти заявлених цілей щодо інфляції, навіть нехтуючи іншими макроекономічними індикаторами. Необхідно також впровадити відповідні монетарні інструменти (дисконтну ставку, операції на відкритому ринку й резервні вимоги) та здійснювати систематичну оцінку минулої, сучасної і, особливо, майбутньої інфляції. Отже, враховуючи внутрішню грошово-кредитну політику України, перспективу подальшого збільшення темпів інфляції в державі, можна стверджувати, що режим інфляційного таргетування, за умови впровадження його у найближчі 2-3 роки, допоможе зменшити рівень зростання цін, соціальної напруги тощо. Але для цього потрібно проведення цілеспрямованої та виваженої грошово-кредитної політики та взаємодія всіх гілок влади.

Запропонована методика обчислення показників чистої інфляції має низку переваг над іншими розрахунковими індексами зростання цін, які використовують. Визначення чистого ІСЦ потребує наявності коефіцієнтів сезонності, обчислених за кілька років на базі повного ІСЦ, без виключення з його складу будь-яких компонентів. Простота і надійність методу забезпечується нескладністю розрахунку коефіцієнтів сезонних коливань цін, а також коригуванням фактичних індексів інфляції на адаптовані коефіцієнти сезонності. Використання методу врахування сезонності цін цілком можливе у прогнозуванні макроекономічної цінової динаміки шляхом екстраполяції на наступний місяць адаптованого показника сезонних коливань. Недоліком методу врахування сезонності цін є низька імовірність прогнозування цінових шоків – раптових збурень цін під впливом екзогенних факторів.

Таблиця 2

Сезонні коливання цін на деякі продовольчі товари у січні-жовтні 2013 р.
(темпи зростання до попереднього місяця), %

| Місяці | Продовольчі товари | у тому числі | | | |
|------------------|--------------------|----------------|----------------------------|----------|-------|
| | | масло вершкове | молоко і молочна продукція | картопля | овочі |
| Січень | 102,3 | 99,7 | 108,9 | 109,5 | 114,3 |
| Лютий | 100,1 | 96,8 | 107,6 | 105,5 | 105,6 |
| Березень | 100,3 | 95,4 | 104,6 | 104,3 | 101,5 |
| Квітень | 101,1 | 94,2 | 105,8 | 105,4 | 112,6 |
| Травень | 100,8 | 97,4 | 109,1 | 100,9 | 111,5 |
| Червень | 100,0 | 93,3 | 100,8 | 109,6 | 101,7 |
| Липень | 96,6 | 95,4 | 107,6 | 89,9 | 108,6 |
| Серпень | 91,6 | 100,9 | 105,4 | 104,5 | 88,5 |
| Вересень | 99,6 | 103,5 | 107,3 | 108,6 | 115,7 |
| Жовтень | 104,0 | 99,8 | 109,9 | 100,6 | 125,4 |
| Усього за період | 104,7 | 91,9 | 109,5 | 87,9 | 99,5 |

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гальчинський А.С. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2009–2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / Гальчинський А.С., Гець В.М. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2010. – 416 с.
2. Гриценко А. Монетарна стратегія: шлях до ефективної грошово-кредитної політики / А. Гриценко, Т. Кричевська // Вісник НБУ. – 2012. – № 11. – С. 8-18.
3. Гунський А. Інфляційне таргетування: проблеми і перспективи його запровадження в Україні / А. Гунський, В. Кучерук // Економіка України. – 2012. – № 7. – С. 2-4.
4. Хеммонд Дж. Встановлення цільових орієнтирів інфляції / Дж. Хеммонд // Стратегія монетарної політики: проблеми вибору та застосування : матеріали наукової конференції. – К., 2002. – 270 с.
5. Індекс споживчих цін / Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/indinfl.htm>.
6. Основні засади грошово-кредитної політики на 2014 рік, схвалені рішенням Ради Національного банку України від 10 вересня 2010 р. № 17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
7. Петрик О. Цілі та основні режими сучасної монетарної політики / О. Петрик // Вісник НБУ. – 2011. – № 6. – С. 6-13.

УДК 332.72

Свистун Л.А.*кандидат економічних наук, доцент
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка***Буркова І.С.***студент
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка***Верещака Т.П.***студент
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка***АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ ФУНКЦІОНУВАННЯ І ФІНАНСУВАННЯ
РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

У статті досліджено сучасний стан і перспективи відновлення активності на ринку нерухомості. Розглянуто основні принципи фінансування ринку нерухомості. Проаналізовано головні проблеми, що стримують розвиток ринку нерухомості та систем фінансування житлового і нежитлового будівництва, зокрема іпотечного кредитування.

Ключові слова: нерухомість, ринок нерухомості, первинний і вторинний ринок нерухомості, житлова нерухомість, комерційна нерухомість, орендні ставки, фінансування, іпотечне кредитування.

**Свистун Л.А., Буркова І.С., Верещака Т.П. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И
ФИНАНСИРОВАНИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

В статье исследовано современное состояние и перспективы возобновления активности на рынке недвижимости. Рассмотрены основные принципы финансирования рынка недвижимости. Проанализированы главные проблемы, сдерживающие развитие рынка недвижимости и систем финансирования жилого и нежилого строительства, в частности ипотечного кредитования.

Ключевые слова: недвижимость, рынок недвижимости, первичный и вторичный рынок недвижимости, жилая недвижимость, арендные ставки, финансирование, ипотечное кредитование.

**Svistun L.A., Burkova I.S., Vereschaka T.P. ANALYSIS OF THE SITUATION AND PROBLEMS OF FUNCTIONING AND
FINANCING OF THE REAL ESTATE MARKET IN UKRAINE UNDER THE PRESENT-DAY ECONOMIC CONDITIONS**

The article studies the present-day situation and prospects for restoring the real estate market activities. The basic principles of the real estate market financing have been considered. The major problems of the real estate market's development restraining and the systems of financing housing and nonresidential premises construction have been analyzed, particularly, the mortgage lending issues.

Keywords: real estate, real estate market, primary and secondary real estate market, dwelling premises, royalty, financing, mortgage lending.

Постановка проблеми. Ринок нерухомості є важливим елементом господарства кожної країни, що обумовлюється соціальною значимістю нерухомості та її стабільними якостями як інвестиційного активу. Існування ринку нерухомості зумовлене потребами суспільства, з одного боку, та інтересами суб'єктів фінансового ринку, з іншого. Ринок нерухомості тісно пов'язаний з іншими структурними компонентами економічної системи, внаслідок цього, процеси, що на ньому відбуваються, безпосередньо впливають на економічну кон'юнктуру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних науковців, що розробляли підходи до оцінювання нерухомості, фінансового забезпечення проєктів на ринку нерухомості, досліджували проблеми управління комерційною нерухомістю, розвитку системи іпотечного кредитування доцільно назвати А. Асаула, І. Геллера, О. Гриценко, Б. Данилишина, О. Євтуха, С. Кручка, О. Чемеринська, О. Любоня, Ю. Манцевича, О. Мірошниченка, О. Мендрула, В. Онищенко, Е. Карапетян, Г. Онищука, В. Павлова, К. Паливоди та інших. Серед за-