

Методичні підходи щодо дослідження економічної кон'юнктури

У статті розглянуто сутність процесу дослідження економічної кон'юнктури, його основні завдання та методологічні засади. Визначено основні принципи системного підходу в дослідженні економічної кон'юнктури.

В статье рассмотрены сущность процесса исследования экономической конъюнктуры, его основные задачи и методологические основы. Определены основные принципы системного подхода в исследовании экономической конъюнктуры.

The article considers the nature of the process of market research, its main objectives and methodological background. The basic principles of systematic approach to market research.

Постановка проблеми. Ринкова ситуація швидко змінна і малопередбачувана – вона зазнає інтенсивного впливу багатьох макро- та мікрочинників, а український ринок характеризується нестабільністю та підвищеними ризиками. За цих умов важливо мати мобільну систему його вивчення, яка б адекватно й оперативно реагувала на зміни в економіці і світі. В той же час відсутність досліджень і прогнозування кон'юнктури ринку приводить в ряді випадків до значних фінансових втрат. Здійснювати за таких умов глибокий і всебічний аналіз кон'юнктури ринку – проблема досить складна і актуальна.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. На сьогодні кон'юнктурним дослідженням приділяється особлива увага. Досвід багатьох розвинених країн дає зрозуміти необхідність таких досліджень і значний економічний результат від їхнього використання на практиці. Проблемі дослідження ринкової кон'юнктури присвячені праці Б. Артемонова, В. Гейця, В. Карпова, М. Кондратьєва, В. Клинова, І. Крючкової, В. Кучеренка, Ф. Левшина, І. Лукінова, Ф. Піскоппеля, Л. Рождественської та інших учених. Проте питання дослідження економічної кон'юнктури потребує подальших досліджень.

Метою статті є визначення сутності процесу дослідження економічної кон'юнктури, основних етапів його здійснення та обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення інформаційного забезпечення показників економічної кон'юнктури.

Виклад основного матеріалу. Дослідження економічної кон'юнктури потрібно розглядати як частину постійно діючого інтегрованого процесу. Це вимагає розробки і використання системи постійного спостереження, накопичення та зберігання цифрових даних і фактів у мінливій економічній кон'юнктурі, щоб мати можливість аналізувати їх з метою прогнозування для прийняття випереджаючих рішень.

Дослідження кон'юнктури – це цілеспрямований безперервний збір та обробка інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їхнього

функціонування, прогнозування основних параметрів і розроблення можливих альтернатив для прийняття рішень [3, с. 68].

Кон'юнктурні дослідження – це визначена система дій, заходів науково–дослідної діяльності, спрямованих на одержання достовірних інформаційних матеріалів про стан кон'юнктури галузевого, товарного чи регіонального ринку, про співвідношення попиту і пропозиції товарів і послуг, ступінь масовості попиту, відповідність обсягів, структури і якості товарної продукції обсягам, структурі і якості попиту, відповідність матеріально–технічної бази торгівлі потребам розвитку ринку тощо [5, с. 307].

Перед дослідженням кон'юнктури виникають завдання, які російський економіст М.Д. Кондратьєв звів до трьох основних [6, с. 74–75]:

- по–перше, необхідно охарактеризувати та дослідити фактичний стан та тенденції зміни кон'юнктури;
- по–друге, необхідно пояснити причини існуючого руху кон'юнктури та висунути її теорію;
- по–третє, кінцевою метою вивчення кон'юнктури є постановка та вирішення проблеми, пов'язаної з прогнозом зміни кон'юнктури.

Німецький економіст Вільгельм Репке основними завданнями вивчення кон'юнктури називав дослідження форм прояву кон'юнктури, дослідження факторів утворення кон'юнктури; вивчення впливу кон'юнктури на окремі галузі економіки; групування показників кон'юнктури та їх визначення; розробка кон'юнктурної політики [7, с. 24].

Тобто дослідження економічної кон'юнктури – це не тільки визначення її стану, але головним чином, прогнозування напрямів та тенденцій її розвитку.

Для того, щоб бути ефективними кон'юнктурні дослідження вимагають наукового підходу. Науковий підхід передбачає спирання на об'єктивну інформацію, логічну строгість і несуперечливість суджень, наявність необхідної точності оцінки параметрів.

Об'єктивність означає, що дослідження проводяться без будь–яких зміщень і враховують всі фактори. Висновки і точки зору не формулюються доти, доки не будуть зібрані і проаналізовані всі можливі дані. Вимога точності стосується всіх методів і інструментів дослідження.

Кон'юнктурне дослідження має проводитися відповідно до основних принципів системного підходу [3, с. 69]:

- цілеспрямованість;
- комплексність;
- гнучкість;
- безперервність.

Цілеспрямованість. Дослідження кон'юнктури ринку має бути тісно пов'язане з метою діяльності господарської одиниці. Кон'юнктура характеризує взаємовідносини між глобальним і підприємницьким оточенням та господарською одиницею і по-

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

казує, як макро- і мікроекономічне оточення впливає на досягнення мети та відображає, якою мірою діяльність підприємства впливає на стан ринку, його розвиток у найближчому майбутньому і які заходи потрібно вжити, щоб задовільнити попит населення на виготовлену продукцію та раціональніше використовувати наявні у підприємства конкурентні переваги.

Комплексність у дослідженні економічної кон'юнктури передбачає розгляд об'єкта дослідження у всій повноті його внутрішніх зв'язків, факторів і умов функціонування, у взаємодії з зовнішнім середовищем.

Комплексний підхід означає, що вивчення ринку має здійснюватися, виходячи із загальної макроекономічної ситуації, з урахуванням основних елементів конкретного ринку та охоплення всієї сукупності чинників, які впливають на нього. Упущення будь-якого з них призводить до неповної характеристики проблеми, а іноді створює уявлення про неї, що може негативно позначитися на конкурентних перевагах господарської одиниці.

Гнучкість. Методика маркетингового аналізу повинна забезпечити можливості постійного пристосування до змін, які відбуваються на ринку, тобто враховувати неконтрольовані чинники.

Безперервність. Оцінка ринкової кон'юнктури має проводитися у взаємозв'язку з наявною ситуацією. Це створить передумови для діагностики та своєчасного вивчення змін, які відбуваються на ринку, зменшення невизначеності і ризику та збільшення імовірності успіху маркетингової діяльності.

Дослідження кон'юнктури не може бути представлено одноразовим заходом, носити випадковий або незв'язаний характер. Для того щоб кон'юнктурні дослідження були ефективними, треба своєчасно забезпечували можливі альтернативи для прийняття рішень, вони мають бути безперервними.

Отже, системний підхід передбачає дослідження ринку як системи, що формується з двох складових: загальногосподарської кон'юнктури і кон'юнктури конкретного товарного ринку. Дані компоненти системи знаходяться у визначеній впорядкованості і поєднують локальні цілі для найкращого досягнення генеральної.

Системний підхід забезпечує передумови для своєчасного відображення змін, які відбуваються на ринку, та їх урахування у практичній діяльності.

Методика дослідження кон'юнктури – це поспідовність дій і сукупність конкретних прийомів дослідження, що забезпечують аналіз сформованої ситуації на ринку і виявлення найближчих перспектив його розвитку. На практиці таке дослідження має дати відповідь на запитання де, коли і за якими цінами можна продати або купувати певні товари [4, с. 28].

Перед тим як розпочати вивчення кон'юнктури, необхідно з'ясувати якісні характеристики економічного процесу, дотримуючись таких вимог:

По-перше, тенденції одного економічного процесу не варто механічно переносити на інші, а тенденції загальногосподарської кон'юнктури – на галузеві або регіональні ринки.

По-друге, нестійкість кон'юнктури потребує постійного і безупинного спостереження за ринком.

По-третє, виявлення динаміки економічної кон'юнктури (тренду) неможливе без створення інформаційної бази, що опишує досліджуваний економічний процес [2, с. 20].

Вивчення економічної кон'юнктури передбачає такі напрями роботи:

- визначення об'єкта (вид ринку або його частини) дослідження;
- дослідження основних рис і особливостей ринку;
- визначення переліку показників кон'юнктури;
- формування інформаційної бази;
- визначення методів дослідження;
- аналіз результатів дослідження;
- визначення методів прогнозування кон'юнктури;
- упорядкування кон'юнктурного прогнозу;
- підготовка кон'юнктурного огляду або кон'юнктурної довідки.

Дослідження економічної кон'юнктури належить здійснювати у визначеній послідовності. Прийнято виділяти три етапи процесу дослідження економічної кон'юнктури:

- 1) поточне спостереження (збір, обробка та збереження необхідної і достатньої інформації);
- 2) аналіз кон'юнктури;
- 3) прогноз кон'юнктури для прийняття відповідних рішень.

Перший етап у дослідженні економічної кон'юнктури – постійне спостереження за кон'юнктурою та збір необхідної інформації – займає найбільшу частину часу будь-якого дослідження, оскільки пов'язаний з дуже трудомісткою роботою з джерелами кон'юнктурної інформації.

До основних критеріїв обсягу і характеру інформації для здійснення дослідження кон'юнктури можна віднести:

- схеми поточного спостереження;
- частоту аналізу та прогнозу кон'юнктури;
- ступінь деталізації передбачуваного аналізу та прогнозу кон'юнктури.

Аналіз загальноекономічної та галузевої кон'юнктури пов'язаний з детальним вивченням процесів в одній країні, у співтоваристві країн, а також у світовому господарстві в цілому з урахуванням основних макроекономічних пропорцій і тенденцій, що склалися. При цьому аналізу та прогнозуванню піддається значний масив даних щодо виробництва, внутрішнього товарообігу, зовнішньої торгівлі, рівня цін і фінансів. У розрахунках враховуються масштаби та інтенсивність оновлення виробництва, розміри і рівень попиту, державне регулювання ринкових відносин, кредитно-фінансова політика, структурні зміни в економіці тощо.

Прогноз і висування можливих альтернатив для прийняття рішень – практично завершальний етап вивчення економічної кон'юнктури. Мета прогнозу як найважливішого етапу дослідження кон'юнктури полягає у визначенні ймовірних альтернатив економічного розвитку та їх соціально-економічних наслідків для прийняття найраціональніших рішень у майбутньому.

Обов'язковою умовою дослідження кон'юнктури ринку є постійне спостереження за ринком, оскільки ринок розвивається згідно імовірнісних законів і піддається різним коливанням. Крім того, потрібно сформувати інформаційну базу для якісного і оперативного аналізу.

Необхідно зазначити, що не існує єдиного джерела отримання інформації про стан, тенденції та перспективи розвитку економічної кон'юнктури. Тому при дослідженнях кон'юнктури використовують різні види інформації, отриманої з різноманітних джерел. Розрізняють інформацію: загальну, комерційну, спеціальну. Загальна інформація включає дані, що характеризує ринкову ситуацію загалом і, одночасно, в поєднанні з розвитком галузі економіки, товарного ринку або конкретної фірми.

Комерційна інформація – це дані, отримані з ділового документації фірми стосовно питань збути продукції та дані, отримані від партнерів шляхом інформаційного обміну.

Спеціальна інформація – це дані, отримані за результатами проведення спеціалізованих цільових заходів з вивчення ринку, а також дані матеріалів дослідницьких організацій. Спеціальна інформація має особливу цінність, оскільки містить відомості, які не можна отримати іншим шляхом.

Вивчення загальногосподарської кон'юнктури і кон'юнктури товарного ринку необхідно починати з вивчення показників, що дають змогу кількісно оцінити зміни, які відбуваються на ринку, і визначити тенденції у розвитку кон'юнктури.

На думку Л. Рождественської [8], важливими напрямами вдосконалення показників економічної кон'юнктури на рівні макроекономіки на більшу перспективу є розробка методологічних основ визначення впливу сезонних коливань на відповідний показник, розробка методології агрегованого зведення всієї системи показників у великих групах: показники, що випереджають зміни економічної кон'юнктури; показники, що збігаються зі змінами економічної кон'юнктури; показники, що відстають від змін економічної кон'юнктури.

У країнах Заходу склалася ціла система статистичних даних, що характеризують рух загальногосподарської та товарної кон'юнктури.

Відома добре організована система моніторингу макроекономічних показників у Франції. Щоквартально Національний інститут статистики та економічних досліджень (INSEE) видає бюллетені, де подається не тільки докладний аналіз стану економічної кон'юнктури країни, а й прогноз на два–три квартали основних макроекономічних показників: ВВП за статтями доходів, обсягів виробництва за секторами, імпорту, експорту, інвестицій, споживання домогосподарств, цін тощо. Прогноз робиться на базі статистичної інформації та результатів кон'юнктурних опитувань, які проводяться INSEE щомісячно та щоквартально.

Національний інститут економічних досліджень Швеції (Konjunkturinstitutet), який не входить до її статистичної системи, регулярно публікує річні та квартальні прогнози таких макропоказників, як ВВП (за статтями доходів), безробіття, державний борг тощо. Статистична інформація збирається статистичною службою Швеції, але аналітичні матеріали публікуються обома організаціями: як Центральним статистичним бюро (SCB), так і названим інститутом.

Європейська комісія (директорат з економічних і фінансових питань) щоквартально видає матеріали, присвячені економічним перетворенням у країнах ЄС і Центральної та Східної Європи. На основі статистичних даних Європейська комісія докладно аналізує економічну ситуацію певних країн та подає прогнози щодо найближчого майбутнього. Крім цього, на основі стати-

тических даних та інформації з кон'юнктурних обстежень у країнах ЄС вона буде короткотермінові (1–3 квартали) прогнози макропоказників для країн – членів ЄС.

Система діючих короткотермінових статистичних показників в Україні постійно вдосконалюється відповідно до системи показників світового рівня ООН, яка публікується в Щомісячному статистичному бюллетені статистики ООН (Monthly Bulletin of Statistics). Поки що лише половина українських показників економічної кон'юнктури відповідає Щомісячному статистичному бюллетеню ООН.

Будуючи систему статистичних показників для вивчення економічної кон'юнктури, фахівці Держкомстату України намагаються досягти найбільшої порівнянності з показниками, прийнятими у статистиці світового господарства та практиці країн із розвиненою ринковою інфраструктурою.

Прикладом впровадження системи статистичних показників економічної кон'юнктури в практику моніторингових спостережень є щоквартальне видання Державного комітету статистики України «Статистичний бюллетень», де представлена інформація про основні показники соціально–економічного розвитку України. Така інформація представляє інтерес не тільки з погляду загальноекономічної ситуації, а й має важливе значення для відслідковування економічної кон'юнктури, оскільки наявні в цьому бюллетені дані мають короткострокову (місячну, квартальну) періодичність.

Висновки

Дослідження кон'юнктури – не самоціль, а основа для прийняття ефективного рішення, тому напрям, масштаби та глибина кон'юнктурних досліджень повинні визначатись конкретною метою та завданням у сфері виробництва і реалізації продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

У подальшому до першочергових кроків кон'юнктурних досліджень необхідно включити виявлення, вивчення та комплексний аналіз і оцінку основних кон'юнктуроутворюючих факторів досліджуваного ринку.

Нині в Україні відсутня система аналітичної статистики кон'юнктури, не сформовані методика і показники прогнозування та моделювання економічної кон'юнктури. Стосовно цього зарубіжні країни і міжнародні організації мають великий досвід. Тому формувати систему показників економічної кон'юнктури в Україні потрібно узгодивши вітчизняні показники з показниками, прийнятими у статистиці світового господарства, прискорити процес їх оприлюднення та полегшити доступ до інформації.

Література

1. Клинов В.Г. Экономическая конъюнктура. Факторы и механизмы формирования: Учеб. пособ. – М.: Экономика, 2005. – С. 237–238.
2. Карпов В.А. Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посібник. – К.: Т–во «Знання», КОО, 2001. – 215 с.
3. Іванова Л.О. Кон'юнктура ринків: Конспект базових тем з курсу для студентів напряму підготовки О501 «Економіка та підприємництво». – Львів: ЛКА, 2006. – 140 с.
4. Левшин Ф.М., Мухін С.Б., Соловьев В.Н. Мировые рынки: конъюнктура и цены. – М.: Междунар. отношения, 1987. – 120 с.

5. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / За ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2002. – 704 с.
6. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 526 с.
7. Репке В. Конъюнктура. – М.: Финансовое изд-во НКФ СССР, 1927. – 176 с.
8. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг. – К.: КНЕУ, 2005. – 419 с.

Н.В. ШЕВЧУК,
аспірант, НДЕІ

Методи оцінки показників багатофакторної продуктивності

У статті досліджено методи виробничої функції, регресійної залежності, метод проекту KLEMS, внесків факторів в економічне зростання та факторного аналізу і зроблено висновок про можливості їхнього використання в умовах вітчизняної економіки при умові їх адаптації до існуючої статистичної бази.

В статье исследованы методы производственной функции, регрессионной зависимости, метод проекта KLEMS, вкладов факторов в экономический рост и факторного анализа и сделан вывод о возможности их использования в условиях отечественной экономики при условии их адаптации к существующей статистической базе.

In the article examines the methods of production, function regression depending on, the method of KLEMS, contributions factors in growth and factor analysis and a conclusion on their possible use in the domestic economy under the condition of their adaptation to existing statistical base.

Постановка проблеми. Протягом останніх десяти років в українській економіці відбуваються складні трансформаційні процеси, зумовлені становленням ринкової економіки. Сьогодні позитивні зміни відбуваються в різних сферах економіки, Україна стає активним учасником євроінтеграційних процесів. Ефективність конвергентних кроків до ЄС буде залежати від рівня конкурентоспроможності української економіки та ефективності економічної політики, спрямованої на його підвищення. Серед факторів, що сприяють зростанню конкурентоспроможності економіки України, чільне місце належить продуктивності праці, продуктивності капіталу і сукупній факторній продуктивності.

Результати порівняльного аналізу рівня продуктивності є основою для прийняття управлінських рішень щодо підвищення рентабельності, технічного та організаційного реформування виробництва, управління людськими ресурсами, оцінки конкурентоспроможності, формування цінової політики, визначення пріоритетності галузей та ін. Актуальність даного дослідження полягає в об'єктивній необхідності вдосконалення діючого і розробки нового комплексу науково-методичних положень з макроекономічного аналізу, спрямованих на виявлення і мобілізацію резервів підвищення продуктивності праці, продуктивності капіталу і сукупної факторної продуктивності, проведення ряду аналітичних досліджень джерел економічного зростання в Україні.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Серед російських науковців, що активно займаються методичними та аналітичними розробками щодо визначення, виміру та аналізу сукупної факторної продуктивності, можна назвати: Е. Астаф'єву, В. Бессонова, І. Воскобойнікова, І. Долінську, О. Лугового, М. Турунцева, Е. Назрулаєву, С. Дробишевського, Д. Полевого, А. Козловської, П. Труніна, Л. Ледермана. На агрегованому рівні сукупна факторна продуктивність досліджується в роботах вітчизняних вчених В. Беседіна, Н. Горшкової, І. Могілат, С. Кохем'якіної. При цьому залишається відкритим питання про методологію оцінювання багатофакторної продуктивності та можливості її розрахунку на макрорівні.

Мета статті полягає у розробці методів з розрахунку та аналізу рівня сукупної факторної продуктивності (СФП) в цілому по економіці та за видами економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасна економічна теорія більше уваги приділяє багатофакторній продуктивності, розглядаючи продуктивність праці як один із її компонентів. На відміну від марксистської політекономії, яка вважає працю єдиним джерелом економічного зростання, вона включає також інші фактори – насамперед капітал (основні засоби). Статистичні органи в США визначають сукупну двофакторну продуктивність – праці та капіталу. Для її визначення ці фактори зважують за їхньою часткою (витрати на оплату праці та амортизація) у складі ВВП.

У зв'язку з цим є необхідним детальніше зупинитися на проблемах визначення двох ключових факторів СФП – капіталу та праці та оцінки їх продуктивності.

Найбільш суперечливим в проблемі декомпозиції зростання є питання оцінки витрат капіталу. На думку Денісона, для аналізу зростання важливо те, що ряди витрат факторів виробництва повинні відображати можливості цих чинників по генерації випуску [1]. Таким чином, показник витрат капіталу повинен відображати виробничі потужності капіталу, а не його залишкову вартість.

На думку Е. Денісона, валові запаси капіталу (вартість засобів виробництва з урахуванням накопиченої амортизації) є прийнятною оцінкою за умови, що виробничі можливості капіталу не скорочуються з його віком [2]. Використання показника «чиста вартість» неможливо з теоретичних міркувань, оскільки вона (вартість) завжди зменшується у міру зниження невідпрацьованого терміну служби засобів виробництва, що не має відношен-