

СТАТИСТИЧНИЙ МОНІТОРИНГ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто питання здійснення статистичного моніторингу діяльності підприємств різних галузей економіки з погляду їх конкурентоспроможності, що набуває особливого загострення в умовах кризи.

Ключові слова: статистичний моніторинг, кон'юнктурні обстеження підприємств, конкурентоспроможність.

Вступ. Конкурентоспроможність української економіки у цілому та українських підприємств різних галузей зокрема, вихід на міжнародні ринки збуту та їх утримання, підвищення якості продукції та послуг, регулювання цін є вже протягом багатьох років болючими питаннями, що потребують нагального вирішення.

Ще півтора-два десятиріччя тому питання дослідження конкуренції, функціонування підприємств як агентів ринку та їх поведінки у конкурентному середовищі могли цікавити вітчизняних аналітиків винятково як такі, що існують в інших (капіталістичних) країнах і не стосуються нашої економіки. Розглядалися тільки питання конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світових ринках.

Внутрішню (всередині країни) конкуренцію спостерігати було практично неможливо через те, що підприємства працювали за затвердженим керівними органами планом і питання збуту їх практично не цікавили. Конкуренція з закордонними товарами існувала тільки за межами держави – на світових ринках мала попит продукція багатьох радянських підприємств, особливо машинобудівної, металургійної, хімічної промисловості. На внутрішній ринок продукція закордонних виробників потрапляла за централізованими закупівлями, і тому, незважаючи на те, що якість її могла бути вищою за аналогічну власну продукцію, радянські підприємства-виробники особливо не переймалися цим і дотримувалися наявних планів. В умовах тотального дефіциту працювала і така схема пропозиції-попиту.

Але перехід від планово-адміністративних методів управління економікою до трансформаційної, а потім – і ринкової економіки змусив звернути прискіпливу увагу на дослідження цих питань. Вони не тільки вивчаються, а й законодавчо визначені. Стаття 42 Конституції України [5] наголошує, що держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності, не

допускаються зловживання монополієм становисем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. В Україні прийнято Закон «Про захист економічної конкуренції» [3], який визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності та спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин. Діють також Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [2], який визначає правові засади захисту суб'єктів господарювання (підприємств) і споживачів від недобросовісної конкуренції; Господарський кодекс [1], в якому розглядаються питання обмеження монополізму та захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції, та інші.

З'явилися і наукові дослідження, присвячені цій проблемі (наприклад, [6; 8; 12]). Фахівці впевнено стверджують, що нині більше половини всіх товарів, робіт і послуг виробляють суб'єкти господарювання, що діють за умов істотної конкуренції. Конкурентне середовище сформовано, зокрема, у торгівлі, на багатьох ринках агропромислового комплексу, легкої, харчової промисловості, машинобудування, будівництва, автомобільного транспорту тощо. Проте у загальному обсязі виробництва залишається надмірною вага сфери природних монополій, недосконаліми – механізми державного регулювання цієї сфери, невиправдано високим є рівень концентрації ряду потенційно конкурентних ринків, на багатьох ринках не створено рівні умови конкуренції для суб'єктів господарювання [4; 11].

Природно, що у ринковому середовищі докорінно змінилась і поведінка самих підприємств. При переході до ринкових умов функціонування економіки перед українськими підприємствами постали питання виробництва та збуту конку-

рентоспроможної продукції. На великих підприємствах почали створювати маркетингові служби для дослідження ринку. Підприємства різних видів діяльності, організаційно-правових форм господарювання та розмірів відчули необхідність отримання аналітичної інформації щодо стану конкурентного середовища у їх секторі економіки.

Постановка завдання. Як зазначено в [7; 10], для ґрунтовного аналізу стану конкуренції у галузях економіки, на жаль, наразі немає достатнього обсягу кількісної статистичної інформації. Тому слід дослідити, наскільки використання результатів статистичного моніторингу стану конкуренції, що проводиться на базі кон'юнктурних обстежень (КО) підприємств, дадуть можливість здійснити нові види аналізу та отримати інформацію у незвичних для традиційної статистики розрізах, а також постачати необхідну інформацію для аналітиків та менеджерів різних рівнів управління. Статистичний моніторинг, основними етапами якого є регулярне збирання відповідних статистичних даних стосовно визначеної проблеми, їх оброблення, зберігання, аналіз поточного стану та прогноз його змін на майбутнє [9], дає змогу забезпечити користувачів не тільки звичайною статистичною інформацією, а і якісною аналітичною та прогнозою.

Метою статті є аналіз результатів статистичного моніторингу, здійсненого на основі інформації КО, для дослідження стану конкурентоспроможності підприємств за певними видами економічної діяльності, враховуючи вплив фінансово-економічної кризи і сконцентрувавши увагу тільки на кількох аспектах їх функціонування.

Виклад основного матеріалу. КО підприємств відрізняються від звичайних кількісних статистичних вибірових обстежень одним важливим аспектом, а саме – природою інформації, що збирається. А саме, такі обстеження плануються і проводяться, щоб отримувати судження, оцінки та очікування економічних агентів ринку – керівників підприємств. Порівняно з кількісними статистичними обстеженнями, в яких розглядається тільки один або декілька взаємопов'язаних аспектів у будь-якій галузі економіки, КО узагальнюють інформацію за багатьма напрямками, обраними для визначення циклу ділової активності. Дані, що їх збирають під час анкетування, мають переважно якісний характер, тобто, на відміну від кількісної інформації, що вимірюється у метричних шкалах, можуть вимірюватися або у номінальній, або у порядковій шкалі.

В Україні КО проводяться системою Держкомстату щоквартально, починаючи з 1997 року. Всі методологічні, більшість організаційних пи-

тань та функції з оброблення інформації й подання її користувачам виконує Науково-технічний комплекс статистичних досліджень Держкомстату, де з метою покращання всіх етапів опрацювання інформації та підготовки аналітичних і прогнозних матеріалів створено систему статистичного моніторингу ділової активності підприємств. Вибіркові сукупності всіх обстежуваних галузей економіки (промисловість, будівництво, роздрібна торгівля, транспорт, сільське господарство та нефінансові послуги), що побудовані для кожної галузі економіки, репрезентативні на рівні країни та видів економічної діяльності¹.

Найсуттєвішими факторами, що вплинули на діяльність *промислових підприємств* у період кризи, і, як наслідок, – на конкурентоспроможність підприємств – були низький попит на їхню продукцію та проблеми з грошима (як високі податки, що мають сплачувати підприємства, так і просто нестача оборотних коштів внаслідок зниження попиту на промислову продукцію). Як бачимо на рис. 1, вплив цих факторів відчутно посилювався, починаючи з кінця 2008 р., і дещо почав послаблюватись у 2010 р.

Серед найсуттєвіших факторів, які стримували *будівельну діяльність*, що й надалі збільшували свій вплив, респонденти у 2010 р. вказали тільки високі процентні ставки кредиту (30 % опитаних). Високими залишаються, хоча і дещо зменшили свій вплив, значення таких факторів, як нестача замовлень на роботи (69–75 %), незабезпеченість фінансуванням (60–68 %), високий рівень податків (48–50 %) та нестача оборотних коштів (41–43 %). Вплив інших факторів залишився на тому ж рівні або є незначним.

Застарілий парк транспортних засобів, високі податки та низький платоспроможний попит є найвпливовішими факторами, що, на думку *представників підприємств транспортної галузі*, заважають їм нормально працювати. А, отже, підтримувати свою конкурентоспроможність. Як бачимо на рис. 3, з початком кризи підприємства транспорту значно сильніше відчули недостатність попиту на їхні послуги (що відбувалося і за іншими галузями економіки). Високі податки під час кризи навіть дещо зменшили свій вплив, як і один з найвпливовіших факторів – застарілий транспортний парк, що відбулося, очевидно, через зменшення попиту.

Постійна нестача оборотних коштів є однією з найбільших проблем, які відчувають *сільськогосподарські підприємства*. І хоча на початку 2008 р. було зареєстроване деяке, зовсім невели-

¹ Докладнішу інформацію про кон'юнктурні обстеження українських підприємств та систему статистичного моніторингу ділової активності підприємств можна знайти у монографії [9].

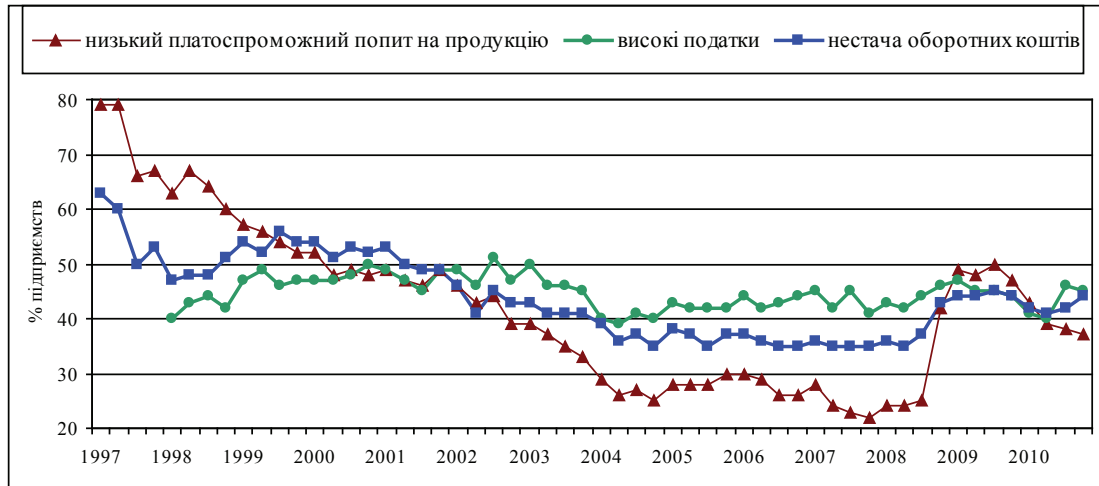


Рис. 1. Стримуючі фактори, що впливають на діяльність промислових підприємств

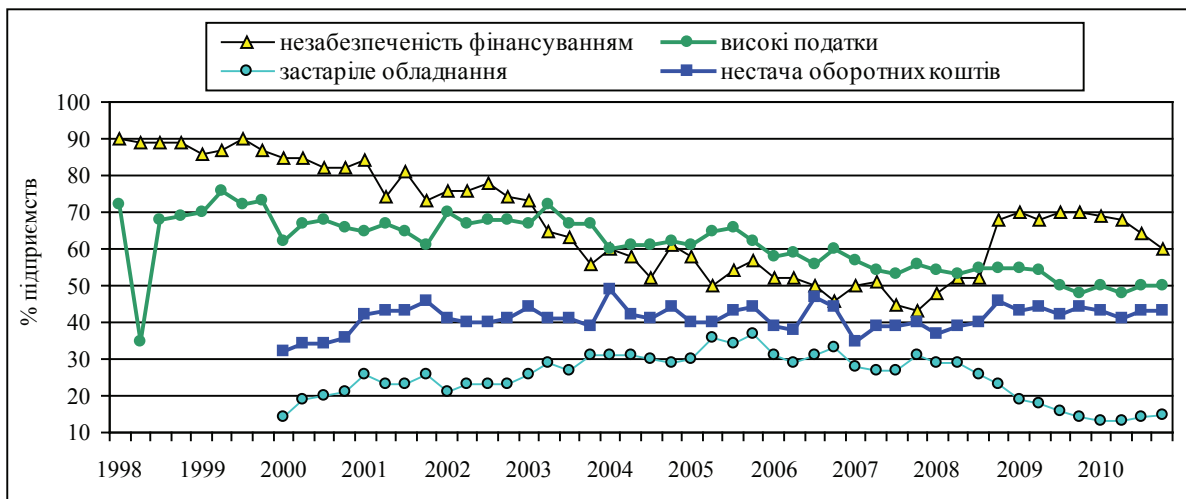


Рис. 2. Стримуючі фактори, що впливають на діяльність будівельних підприємств

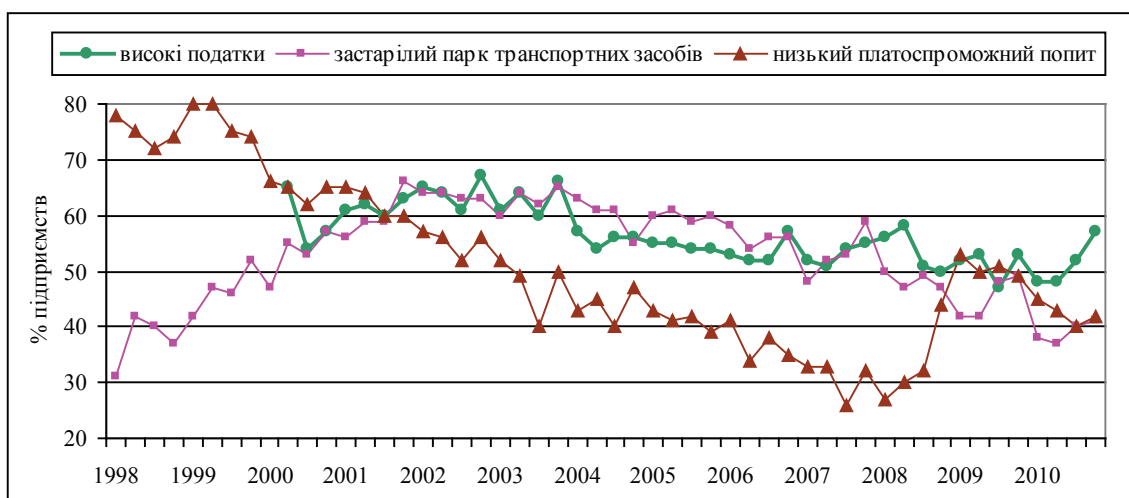


Рис. 3. Стримуючі фактори, що впливають на діяльність транспортних підприємств

ке, послаблення її впливу (див. рис. 4), ситуація протягом півторарічного кризового періоду знов погіршилась. Тільки у другій половині 2010 р.

з'явилася надія на деяке покращення. Підприємства також потерпають від високих цін на пальне (62–82 % опитаних). Постійним критичним

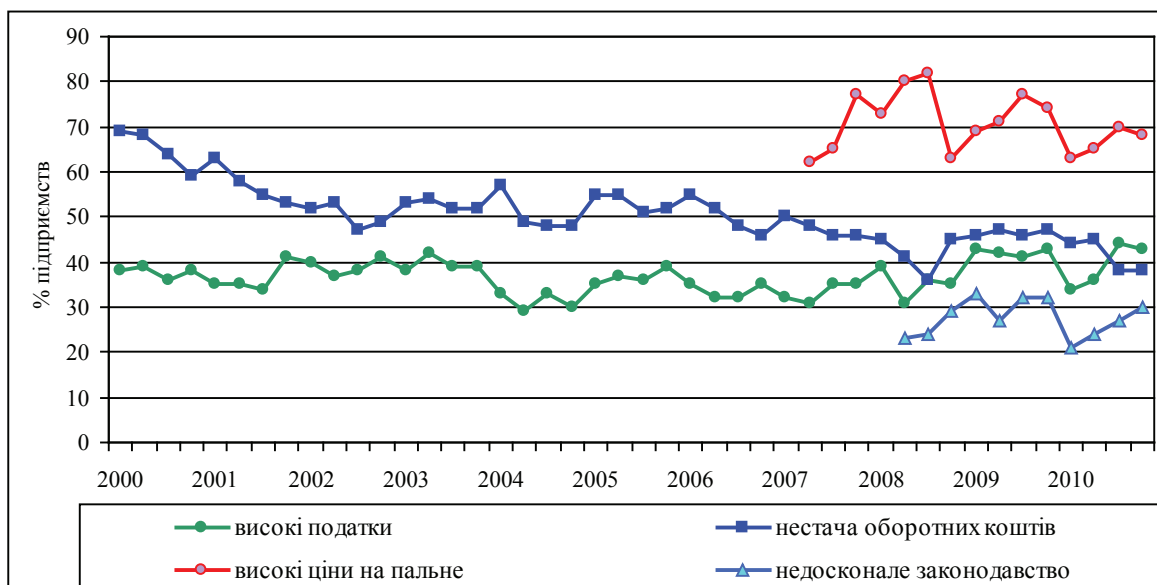


Рис. 4. Стримуючі фактори, що впливають на діяльність сільськогосподарських підприємств

фактором негативного впливу, який тільки посилюється упродовж двох останніх років, є високі податки, які змушені сплачувати сільськогосподарські підприємства.

Підприємства сфери нефінансових послуг приєдналися до системи КО тільки на початку 2010 р., але вже за підсумками чотирьох кварталів можна зробити певні висновки. Так, протягом року суттєво зріс вплив таких стримуючих факторів, як високі податки (частка респондентів збільшилась з 28 % на початку року до 37 % – наприкінці) та недосконалість законодавства (відповідно – з 13 % до 18 %) (рис. 5). Причому вплив недосконалого законодавства посилюється за всіма видами економічної діяльності, крім діяльності готелів; найбільше у операціях з нерухомістю, у сфері інформатизації, у

сфері індивідуальних послуг. Таке різке зростання можна пояснити спробою запровадження першої версії Податкового кодексу, хоча зростання впливу цього фактора спостерігалось і у III кварталі 2010 р., що не було зафіксовано в інших галузях економіки. Також протягом року продовжувала зменшуватися частка тих, кому нічого не заважає розширювати свій бізнес: з 20 % у I кварталі 2010 р. до 17 % у IV кварталі 2010 р.

Статистичний моніторинг конкурентоспроможності українських підприємств різних галузей передбачає не тільки аналіз ступеня впливу різних факторів на діяльність підприємств та змін стану конкуренції у певних галузях (див., наприклад, [10]), а й дослідження таких аспектів, як коливання попиту на продукцію на ринку, порівняльна оцінка конкуруючого імпорту щодо

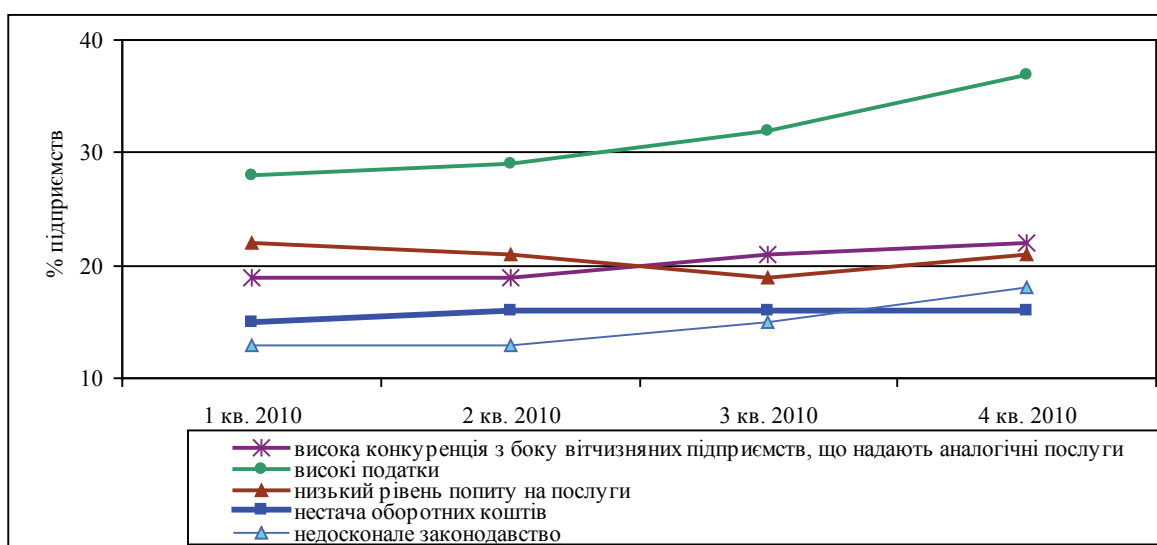


Рис. 5. Стримуючі фактори, що впливають на діяльність підприємств сфери послуг

української продукції, оцінка рівня доступності банківських кредитів для підприємств, виявлення впливу змін цінової політики підприємств тощо.

Аналіз впливу зміни ціни продукції (послуг) підприємств промисловості, транспорту та сільськогосподарства на обсяги попиту дав цікаві результати: виявилось, що всі вони не дуже переймаються зростанням своїх цін і не бояться при цьому втрати платоспроможного попиту, а найменше за всіх – керівники сільськогосподарських підприємств.

Отже, що відбуватиметься за збільшення ціни на 10 % на продукцію *промислових підприємств*? 47,2 % респондентів серед тих, що відповіли на це запитання, вважають, що обсяг реалізації зміниться не суттєво (менш ніж на 10 %). 26,8 % вважають, що обсяг реалізації практично не зміниться, і тільки 26,0 % думають, що попит таки зменшиться.

Як можна побачити у табл. 1, із підняттям підприємствами відпускних цін на 10 %, зменшення попиту менше ніж на 10 % може відбутися на всіх підприємствах із вторинної переробки, на більшості (88 %) підприємств з виробництва електроенергії, газу та води, на 75 % підприємств з виробництва коксу і продуктів нафтопе-

реробки. А суттєво зменшиться попит на підприємствах із виробництва інших неметалевих мінеральних виробів (так вважають 39 % керівників підприємств цієї групи), з видавничої справи і поліграфічної промисловості (35 %) та текстильної промисловості (33 %).

При збільшенні ціни на послуги *транспортних підприємств* на 10 % тільки 12,1 % респондентів серед тих, що відповіли на це запитання, вважають, що обсяг реалізації зміниться несуттєво (менш ніж на 10 %), 65,6 % – що він практично не зміниться, і 17,6 % думають, що попит таки зросте. Такі відповіді підприємців транспортної сфери ще більше, ніж у промисловості, демонструють, що вони не дуже переймаються зростанням цін і не бояться при цьому втрати платоспроможного попиту на їхні послуги. Не зрозуміло в такому разі: а чого ж підприємства так скаржаться на скорочення попиту на їхні послуги? Розподіл відповідей за видами транспорту наведено у табл. 2.

Отже, якщо ціни зростуть тільки на 10 %, попит, у цілому, зменшиться за всіма видами транспорту не більше, ніж на 30 % опитаних підприємств, що значно більше, ніж у промисловості. Найбільші частки таких підприємств у річному транспорті, дещо менше – на автомобільному.

Таблиця 1. Прогнозні оцінки змін обсягів реалізації через підвищення ціни на промислову продукцію, %

Розподіл за видами економічної діяльності	Коди за КВЕД ²	Зменшиться на < 10 %	Практично не зміниться	Зменшиться на 10 % та більше
добувна промисловість	10–14	56	18	21
харчова, тютюнова промисловість	15–16	45	29	21
текстильна промисловість	17	42	18	33
виробництво готового одягу та хутра	18	68	10	16
виробництво шкіри та шкіряного взуття	19	50	23	23
обробка деревини та вироби з неї	20	47	27	27
виробництво паперу та картону	21	42	32	21
видавнича справа, поліграфічна промисловість	22	35	21	35
виробництво коксу, продуктів нафтопереробки	23	75	0	25
хімічне виробництво	24	48	23	23
виробництво гумових та пластмасових виробів	25	31	42	25
виробництво інших неметалевих мінеральних виробів	26	25	28	39
металургія	27	38	31	25
обробка металу	28	38	33	24
виробництво машин та устаткування	29	47	21	24
виробництво електричного та електронного устаткування	30–33	38	28	30
виробництво транспортного устаткування	34–35	49	23	23
інше виробництво	36	39	30	26
вторинна переробка	37	100	0	0
виробництво електроенергії, газу та води	40-41	88	0	0

Примітка: розрахунок здійснювався за всіма анкетами, що були отримані за кожним видом економічної діяльності, але не всі респонденти дали відповідь на запитання.

² КВЕД – Класифікація видів економічної діяльності (версія чинна від 2005 року).

Таблиця 2. Прогнозні оцінки змін обсягів реалізації через підвищення ціни на транспортні послуги, %

Розподіл за видами транспорту	Зменшиться на < 10 %	Практично не зміниться	Зменшиться на 10 % та більше
Залізничний	0	100	0
Автомобільний	13	65	18
Морський	0	50	17
Річковий	29	43	14
Авіаційний	8	62	15

Примітка: розрахунок здійснювався за всіма анкетами, що були отримані за кожним видом економічної діяльності, але не всі респонденти дали відповідь на запитання.

Суттєво (більше ніж на 10 %) зменшиться попит на підприємствах автомобільного та морського транспорту.

За збільшення ціни на продукцію *сільськогосподарських підприємств* на 10 % тільки 4 % респондентів серед тих, що відповіли на це запитання, вважають, що обсяг реалізації зміниться несуттєво (менш ніж на 10 %); більша частина (89 %) вважають, що він практично не зміниться, і 7 % думають, що попит таки знизиться. Отже, сільськогосподарські виробники найменше серед всіх інших переймаються можливим зростанням цін на свою продукцію. Вони впевнені, що продукція все одно буде реалізовуватись.

Щодо якості конкуруючої імпоротної продукції, то оцінки керівників *промислових підприємств* у 2010 р. майже не відрізнялися від таких у 2009 р. (рис. 6): її вважали вищою за якість власної продукції тільки 11–12 % респондентів, хоча у попередні два роки їх відсоток був біль-

шим: 14 % – у 2008 р. та 16 % – у 2007 р. При цьому, впродовж усіх досліджень майже не змінився відсоток респондентів, які оцінюють якість конкуруючої імпоротної продукції нижче за якість власної (15–16 %).

Ситуація щодо цін на продукцію вітчизняних промислових підприємств порівняно з цінами закордонних конкурентів також майже не змінилася з 2009 року. Частка респондентів, які вважають ціни конкуруючого імпорту нижчими за ціни на свою продукцію, дорівнює у 2010 р. 19 % (у попередні роки – 18–21%). І надалі доволі велика питома вага керівників підприємств стверджує, що за тієї самої якості закордонної продукції ціни на неї дорівнюють українським.

Зміни конкурентоспроможності основної продукції *промислових підприємств* у 2010 р. порівняно з 2008 р. на світових ринках збуту показано у табл. 3. На всіх зазначених ринках, як і прогнозували респонденти, очікується її зростання, причому найбільше – на внутрішньому ринку. На закордонних ринках, як і у 2008 р., наразі підприємства продають значно менше продукції, і, зважаючи на суттєве скорочення попиту під час кризи, частки експортерів помітно скоротилися. І, відповідно, скоротилися відсотки тих, хто очікує зростання обсягів продажів на всіх ринках.

Оцінки керівників підприємств певних галузей економіки (промисловість, будівництво та роздрібна торгівля) щодо рівня доступності кредитів та прогнози щодо їх отримання у найближчому майбутньому також не можна назвати оптимістичними. І до кризи стан справ був далеко не найкращий, і, очевидно, що в останні 2–2,5 роки поліпшення не відбулось.

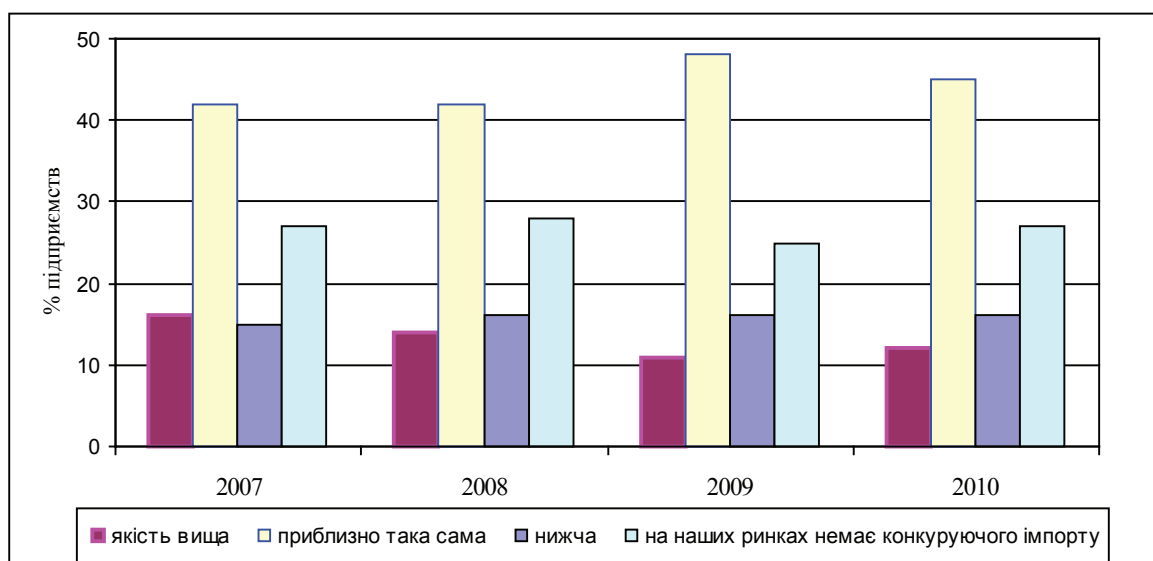


Рис. 6. Оцінки якості імпоротної промислової продукції порівняно з українською

Таблиця 3. Зміни конкурентоспроможності продукції українських підприємств (% підприємств)

	Ринки збуту							
	український		країн СНД		країн Європи		інших країн світу	
	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010
– ми не продаємо там своєї продукції	3,7	2,3	43,1	48,2	62,9	65,8	71,8	77,7
– зросте	39,2	33,6	27,7	17	12,4	9,4	9,6	5,2
– не зміниться	52,8	58,9	25,3	31,1	21,3	22,1	15,4	15,5
– знизиться	4,3	5,2	3,9	3,7	3,4	2,7	3,2	1,6

Зрозуміло, що на конкурентоспроможність підприємств суттєво впливає можливість отримання ними кредитів із метою фінансування інвестицій як у матеріальне виробництво, так і в людські ресурси. На жаль, кредити залишаються малодоступними для *промислових підприємств*, причому такий стан спостерігався як у докризовий період, так і в останні 2 роки: протягом усього цього часу оцінки керівників підприємств залишаються негативними. Як можна побачити на рис. 7, найкращими за останні 5 років у підприємств були можливості отримати банківські кредити у 2008 р., а найгіршими, зрозуміло, – з початком кризи, яка повністю накрила банківську систему України.

Якщо плани *будівельних підприємств* щодо отримання банківських кредитів у 2005–2007 рр. були не дуже оптимістичними, але стабільними, тобто кожного року респонденти планували невелике зменшення обсягів кредитів (баланси становили –3 %), то починаючи з 2008 р., як бачимо на рис. 8, песимізм дедалі більше посилювався. У 2010 р. баланс відповідей становив

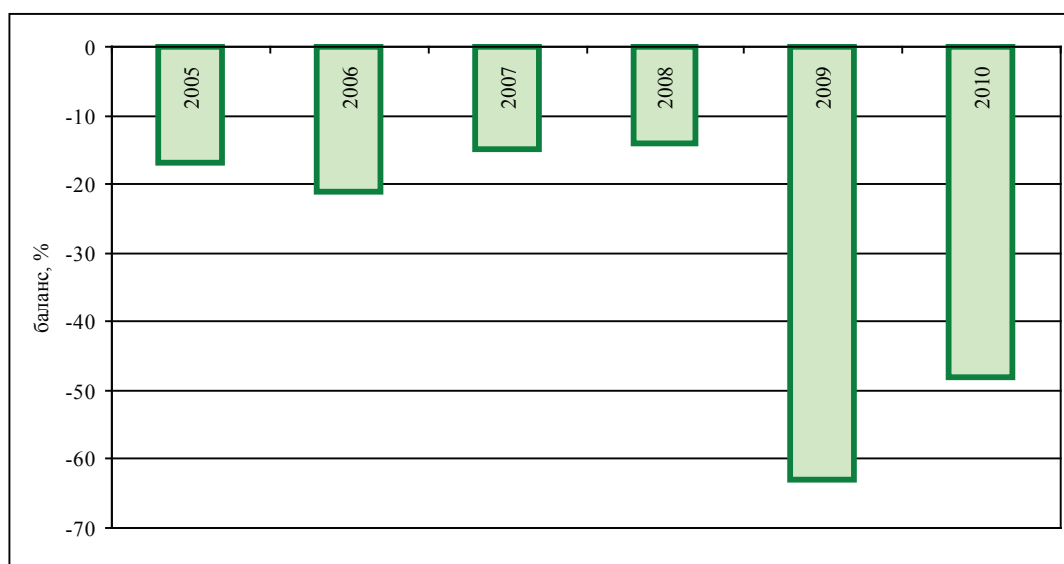
–11 %, а кількість тих, хто не відповів на запитання, стала максимальною за всі 6 років досліджень і досягла 65 %.

Кредити у сфері *роздрібної торгівлі* необхідні не менш, ніж у інших видах економічної діяльності. Але стан справ із кредитуванням торгівлі теж є не найкращим. Підприємства роздрібної торгівлі постійно песимістично налаштовані щодо того, що їм вдасться отримати кредитні ресурси для розвитку торговельної діяльності, а отже, і для покращання своїх конкурентних позицій на ринку.

Як бачимо на рис. 9, якщо у середині 2008 р. 6–7 % керівників підприємств ще сподівалися на деяке покращання цього стану, то у 2009–2010 рр. ці надії зникли (72 % респондентів взагалі не захоїли відповідати на це запитання).

Отже, конкурентоспроможність у роздрібній торгівлі має поки що підвищуватися за рахунок власних резервів підприємств.

Висновки. Статистичний моніторинг окремих аспектів визначення конкурентоспроможності підприємств різних галузей, проведений

Рис. 7. Рівень доступності банківських кредитів для промислових підприємств³

³ Результати розраховано у балансах. Баланс – це різниця частки позитивних відповідей (наприклад, «вищий», «покращився», «збільшився») та частки негативних відповідей (наприклад, «нижчий», «погіршився», «зменшився») за кожним триваріантним запитанням анкети. Баланс показує зміну тенденції: від'ємне значення балансу свідчить про погіршення ситуації, додатне – про покращання.

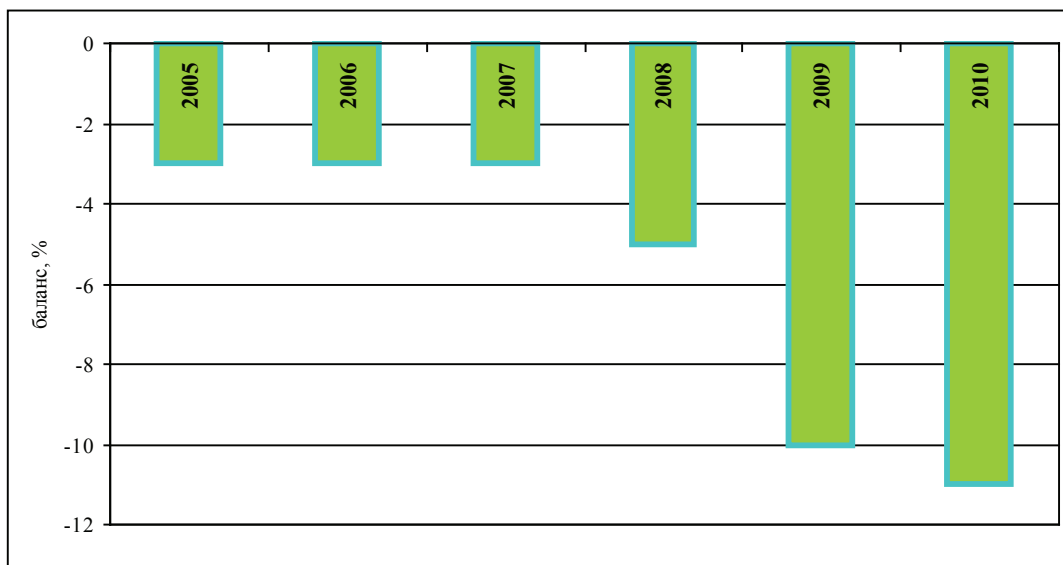


Рис. 8. Плани будівельних підприємств щодо змін обсягів банківських кредитів

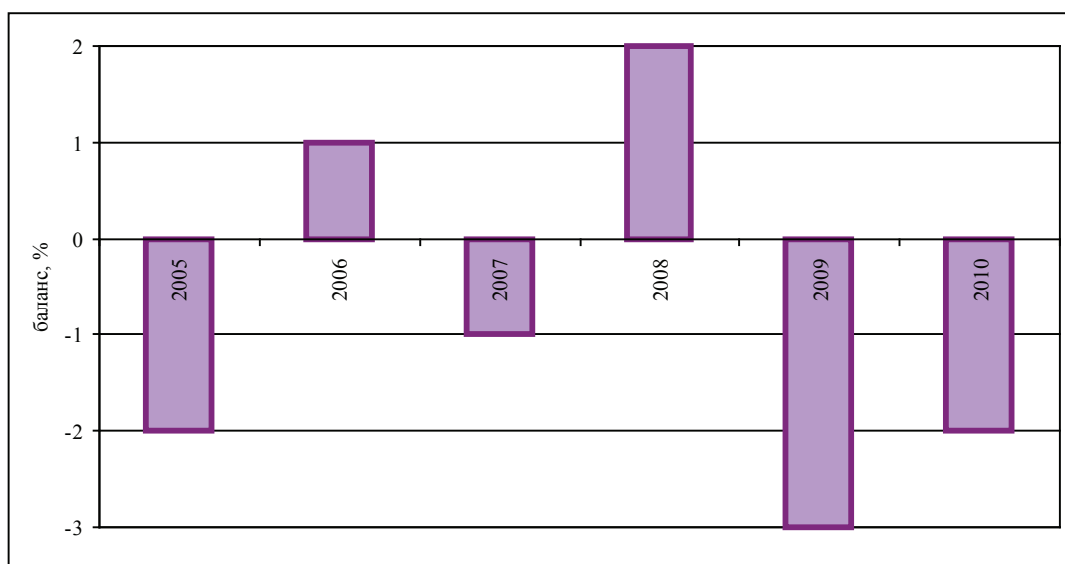


Рис. 9. Очікування щодо змін обсягів кредитування у роздрібній торгівлі

на основі інформації кон'юнктурних обстежень, дав змогу оцінити, наскільки посилюється під час кризи вплив низки факторів, що стримують діяльність підприємств; які фактори стали впливовішими у цей період, а які зменшили вплив. Отримано порівняльні оцінки якості та вартості імпоротної та української промислової продукції; оцінки впливу зростання цін на продукцію промислових, транспортних і сільськогосподарських підприємств на зміни попиту; оцінки конкуренто-

спроможності вітчизняної промислової продукції на різних ринках збуту; оцінки та прогнози щодо отримання кредитних ресурсів у промисловості, будівництві та роздрібній торгівлі.

Отже, статистичний моніторинг ділової активності підприємств надає унікальні для української статистики аналітичні результати, що забезпечують підтримку прийняття управлінських рішень як на макро-, так і на мікрорівні та сприяють покращанню їхньої якості.

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.26.0>. – Назва з екрана.
2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. № 236/96 [Електронний ресурс]. – Ре-

жим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1086.284.0>. – Назва з екрана.

3. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1087.661.0>. – Назва з екрана.

4. Конкуренція в Україні. Аналітична доповідь щодо стану, тенденцій і проблем розвитку економічної конкуренції в Україні у 2000–2005 роках. – К. : Антимонопольний комітет України, 2006. – 40 с.
5. Конституція України. Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1013.3.0> – Назва з екрана.
6. Костусев А. А. Конкурентная политика в Украине : монография / А. А. Костусев. – К. : КНЕУ, 2004. – 310 с.
7. Мазуренко В. І. Світова фінансова криза 2007–2010 рр.: глобальний та національний виміри : монографія / В. І. Мазуренко. – Дніпропетровськ : ПП Видавництво «Нова ідеологія», 2009. – 216 с.
8. Макроструктурна політика та структурна трансформація : досвід Польщі та України. – К. : Заповіт, 2004. – 357 с.
9. Пугачова М. В. Методологічні засади статистичного моніторингу ділової активності підприємств : Монографія / М. В. Пугачова – К. : ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2007. – 535 с.
10. Пугачова М. В. Тенденції української економіки очима керівників підприємств (аналітичний огляд). Дослідження стану конкурентного середовища для українських підприємств / М. В. Пугачова // Статистика України. – 2008. – № 4 (43). – С. 59–68.
11. Пугачова М. В. Конкурентне середовище в Україні : тенденції останніх років / М. В. Пугачова, А. В. Щербак // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2005. – № 2 (17). – С. 19–24.
12. Розвиток внутрішніх ринків в Україні : добробут завдяки конкуренції. – К. : Альфа-принт, 2004. – 91 с.

M. Pugachova

STATISTICAL MONITORING OF UKRAINIAN ENTERPRISES' COMPETITIVENESS

The questions of statistical monitoring of enterprises' (from different branches of economy) activity from the point of view of their competitiveness are studied in the article. These aspects of problem become sharp particularly in the conditions of crisis.

Keywords: statistical monitoring, business tendency surveys of enterprises, competitiveness.

УДК 330.43

Semko R. B.

BAYESIAN ESTIMATION OF SMALL-SCALE DSGE MODEL OF THE UKRAINIAN ECONOMY

In this article we try to introduce Bayesian methodology for the estimation of dynamic stochastic general equilibrium model of the Ukrainian economy. The resulting impulse response functions can be used for increasing the efficiency of monetary and fiscal policy interventions. In addition, we showed that technology is one of the most important factors contributing to the stable long-term growth path of the economic system of Ukraine.

Keywords: DSGE model, Bayesian estimation, monetary and fiscal policy.

Introduction and Literature Review

The goal of the proposed article is to introduce into the estimation of the dynamic stochastic general equilibrium (DSGE) model of the Ukrainian economy the method of Bayesian estimation.

Different frameworks have been proposed to model the economy of the state in general or to study the relation between specific macroeconomic variables in particular. Zagaglia [16] states that the majority of publications (e.g., Rudebusch and Wu [12] and Hördahl, Tristani, and Vestin [8]) are based on

the reduced-form models which are not able to reveal micro foundations and deep reasons of underlying processes. This gap in the literature has been trying to fill by means of micro founded DSGE models, significant progress in development of which we observe during the last three decades. Since the seminal famous works on rational expectations modeling of Lucas [11], Kydland and Prescott [10] small model built on first principles with rational behavior of economic agents to the coherent complex structures of Christiano et al. [5], dy-