

## ЯК ПОЗНАЧИЛАСЯ КРИЗА НА ОЦІНКАХ І ПРОГНОЗАХ КЕРІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті розглянуто деякі аспекти функціонування промислових підприємств в умовах кризи з використанням інформації кон'юнктурних обстежень.*

**Ключові слова:** кон'юнктурні обстеження підприємств, цикли ділової активності, композиційні (синтетичні) індикатори.

Відомо, що циклічний розвиток економіки супроводжується високим рівнем економічної активності протягом тривалого часу, який потім змінюється послабленням цієї активності до рівня, що зазвичай нижчий за допустимий для нормальних умов функціонування більшості виробництв. Періодична повторюваність економічних спадів призводить до погіршення суспільного благоустрою для переважної частини людей, що не може не турбувати розвинене цивілізоване суспільство. Тому проблема циклічності завжди привертала увагу вчених-економістів і сьогодні залишається однією з центральних в економічній теорії. Особливо гостро постала необхідність визначення поворотних точок бізнес-циклу в останні роки, з настанням та розгортанням фінансово-економічної кризи, що зачепила господарства більшості країн світу.

На думку багатьох фахівців (див., наприклад, [1; 2; 4]), однією з причин того, чому так важко спрогнозувати, коли розпочнеться фаза падіння циклу ділової активності та коли буде досягнуто дно й знову настане зростання, є відсутність необхідної інформації стосовно того, що відбувається у бізнес-середовищі. Отже, основні труднощі, на які наштовхуються прогнози, що здійснюють аналіз циклів, полягають в оцінці фактичного стану циклу та у передбаченні критичних точок. Цим дослідженням суттєво сприяють дані кон'юнктурних обстежень (КО) підприємств, що вкрай корисні з чотирьох причин:

- 1) показники, отримані у процесі обстежень, забезпечують належну основу для оцінки циклів; ступінь динаміки цих показників дає чітку картину різних фаз циклів (приміром, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей; оцінка бізнес-ситуації на підприємстві; фактори, що стримують розвиток компанії);
- 2) багато показників, одержаних у ході обстежень, є випереджальними, і тому їх можна використовувати для прогнозування критичних (поворотних) точок; сюди, наприклад,

належать прогнозовані дані обсягів виробництва та оцінок замовлень;

- 3) на базі випереджальних показників КО можна будувати індикатори, що передбачають поворотні точки циклу;
- 4) економетричні моделі, створені на основі показників КО, дають змогу прогнозувати зміни стану економічної кон'юнктури.

Дослідження економічної кон'юнктури з використанням думок і переваг учасників ринку (споживачів, підприємців, держави тощо) започаткував на початку 60-х років ХХ ст. Дж. Ф. Мут [2; 14]. У своїх працях він стверджує, що зазначені учасники економічних процесів завжди максимізують свої цілі залежно від обмежень, з якими вони стикаються. Ця раціональність іще не передбачає досягнення досконалого прогнозування, але на помилках люди вчаться, отже, рідше припускаються їх у подальшому. У першій половині 70-х років ХХ ст. Р. Е. Лукас [13] почав розробляти свою нову класичну теорію рівноваги економічних циклів, щоб пояснити циклічні феномени на основі розумних очікувань. Метою роботи вченого було встановлення взаємозв'язку між інфляцією в межах механізму ціноутворення та динамікою виробництва продукції. Причинами цього є несистематичні валютні та/або податкові шоки, що призводять до абсолютних змін цін, які люди помилково сприймають як відносні зміни. До того ж інформаційні лаги та вплив коефіцієнта акселерації зумовлюють пристосування очікувань індивідуумів до ситуації, що склалася, розвіюючи грошову ілюзію. Отже, цей процес у довгостроковій перспективі завжди прагне досягти рівноваги, що веде до припущення про однаковість перебігу всіх економічних циклів.

За твердженнями науковців, існують два основні підходи до прогнозування економічного циклу: структурні (економетричні) моделі та аналітичний метод (індикаторний підхід). Нині існує безліч моделей, у тому числі з використан-

ням інформації КО підприємств різних галузей економіки, що дають змогу отримати доволі точні прогнози стосовно стану економіки на найближчі 2–4 квартали. Проте, на нашу думку, саме окремі показники КО або композиційні індикатори, виведені на базі даних цих обстежень, є достатньо простим і водночас конструктивним вирішенням проблеми відстеження циклу ділової активності.

Порівняльна перевага і моделей, і індикаторів, у яких застосовують дані КО, полягає у швидкому отриманні інформації. Це дає можливість одержувати короткострокові прогнози безпосередньо для низки кількісних статистичних показників, які співвідносяться з часовими інтервалами очікувань самих учасників опитувань. Безпосереднє знання таких очікувань та прогнозів респондентів також є перевагою, тому що їх формування, як і прийняття рішень, – дуже складні процеси, перебіг яких важко відстежити за допомогою традиційних економетричних методів.

Дослідженням економічних циклів з використанням окремих показників КО чи сформованих на їх основі індикаторів присвячено вже досить багато праць як європейських, так і американських економістів. Серед таких слід виділити публікації Дж. Брая, Дж. Д. Гамільтона, Д. Гардінга, Р. Годріка, Л. Оллера [9–12; 15]. У найновіших розвідках із цієї тематики (наприклад, [7; 8; 16]) наведено результати останніх досліджень щодо застосування інформації КО для окремих секторів економіки, таких як промисловість, сфера послуг і домашнє господарство.

Отже, на цьому етапі, отримуючи й аналізуючи інформацію, що надходить із кон'юнктурних обстежень, можна визначити, з одного боку, на якій фазі циклу перебуває економіка (окремої країни, Євросоюзу, світу), а з іншого – який при цьому стан підприємств різних галузей економіки і які у них плани на найближче майбутнє, що особливо важливо в умовах нинішньої кризи.

Таким чином, **мета нашого дослідження** – вивчити додаткові можливості, що їх надають КО для: 1) поточного аналізу циклу; 2) аналізу думок і прогнозів керівників компаній; 3) побудови прогнозів стосовно найближчих змін як на підприємствах, так і в галузях та економіці в цілому.

Слід наголосити, що КО відрізняються від звичайних кількісних статистичних вибіркового обстежень одним важливим аспектом, а саме – природою інформації, яку збирають дослідники. Більш точно, кон'юнктурні обстеження планують і проводять, аби дізнатися про судження, оцінки та очікування економічних агентів ринку – керівників підприємств та споживачів. Хоча ця інформація теоретично визнано важливою

для аналізу економічної поведінки, вона залишається маловідомою (особливо в тих державах, що не так давно започаткували проведення обстежень). Тож її рідко використовують особи, які приймають управлінські рішення різного рівня, через те, що вона не вимірюється кількісно.

Більшість даних, що надходять унаслідок КО, мають якісний характер, тобто виміряні за номінальною або порядковою шкалами, а кількісні показники становлять не більше ніж 10–15 % загального обсягу анкети.

Порівняно зі звичайними статистичними обстеженнями, під час яких розглянуто тільки один або декілька взаємопов'язаних аспектів у будь-якій галузі економіки, КО узагальнюють інформацію за багатьма напрямками, обраними для визначення циклу ділової активності. Пріоритет у виборі аспектів ґрунтується на показниках, які визначають:

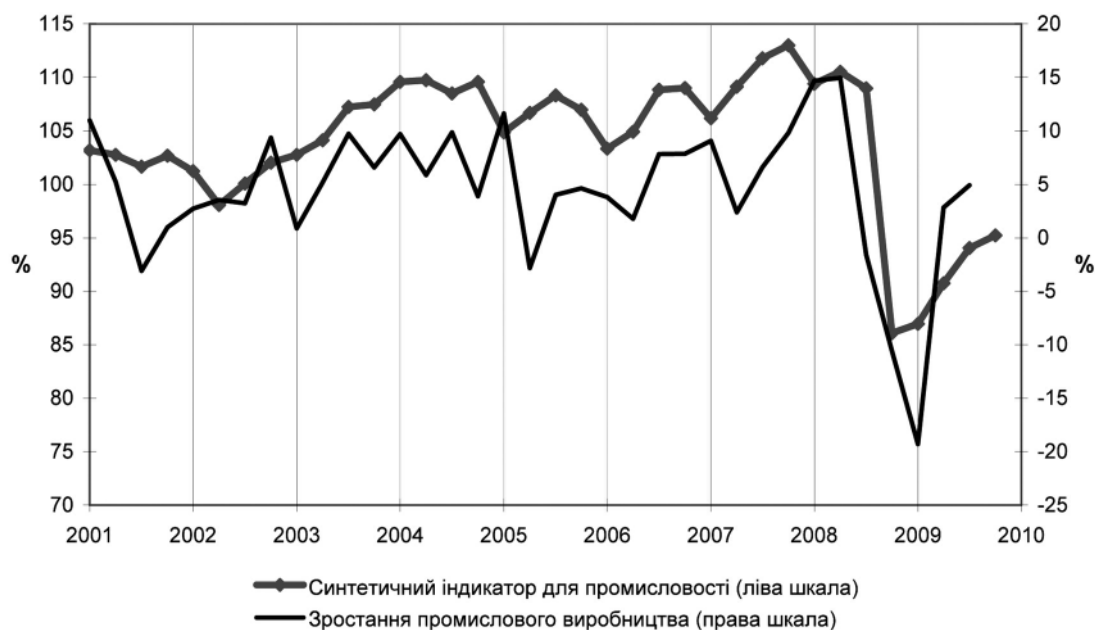
- 1) більш ранній етап виробництва (нові замовлення, книжки замовлень);
- 2) швидке реагування на зміну в економічній активності (наприклад, наявність запасів);
- 3) перспективи або відповідність перспективам (виробництво, загальна економічна ситуація).

Найбільш привабливою рисою КО є те, що вони забезпечують попередні прогнози. Їх відмінну якість легко пояснити. Наприклад, коли директор заявляє, що має намір збільшити випуск продукції, то робить це на підставі об'єктивної оцінки портфеля замовлень підприємства/компанії (тобто наявних замовлень). Крім того, на цей момент він уже вжив також і технічних заходів, які насправді забезпечують зростання виробництва.

З огляду на сутність і зміст показників кон'юнктурних обстежень і композиційних (синтетичних) індикаторів, сформованих на їх основі, спробуємо охарактеризувати зміни, що відбулися на українських підприємствах та в економіці держави з настанням кризи. Для цього можна дослідити:

- прогнози, розраховані на основі випереджальних синтетичних індикаторів, та порівняти їх із відповідними макропоказниками;
- зміни стану конкурентного середовища, у якому працюють компанії;
- зміни завантаженості виробничих потужностей;
- оцінки підприємствами власного фінансово-економічного стану.

Модельовання та короткотермінове прогнозування макропоказників на основі випереджальних індикаторів – це загальносвітова практика, що дає змогу отримувати оцінки і прогнози, по-перше, у найкоротші строки, по-друге, використовуючи тільки інформацію кон'юнктурних



Джерела: розраховано за кварталними даними Держкомстату України про випуск промислової продукції та інформацією НТК статистичних досліджень із кон'юнктурних обстежень

Рис. 1. Моделювання стану промисловості України на основі випереджального індикатора

обстежень (отже, не залучаючи багато фінансових та людських ресурсів). Зазвичай такі індикатори (а також збіжні й запізнювальні) розраховують, щоб моделювати зміни ВВП і показники випуску товарів і послуг за галузями економіки [3; 5]. Для господарства нашої держави також сформовано відповідні галузеві індикатори, що виведені як середні арифметичні балансів показників КО (баланси розраховують як різниці питомої ваги позитивних і негативних відповідей на триваріантні запитання), та загальний індикатор ділового клімату, отриманий на базі галузевих синтетичних індикаторів.

Розглянемо одержану у 2009 р. інформацію та розраховані показники й синтетичний індикатор для промисловості.

До його складу входять такі дані:

- зміни майбутнього фінансово-економічного стану;
- зміни майбутнього виробництва;
- зміни обсягів попиту;
- зміни обсягів експорту;
- оцінки запасів готової продукції (з протилежним знаком);
- зміни майбутніх обсягів попиту.

Синтетичний індикатор для промисловості розраховано для останніх 12 років, і він досить точно відображає зміни обсягів випуску цієї галузі. Як можна побачити з рис. 1, більшість спадів та підйомів кривої змін макропоказника заздалегідь передбачено змінами синтетичного індикатора. А враховуючи те, що інформація

стосовно досліджуваного кварталу надходить із національних рахунків значно пізніше, ніж дані КО (лаг становить щонайменше квартал), то часовий інтервал випередження дуже суттєвий.

Початок кризи досить чітко був відображений у відповідях керівників підприємств на питання анкет КО, а отже, позначився на змінах синтетичного індикатора. Також за допомогою нього було раніше зафіксовано уповільнення темпів спаду промисловості, яке мало продовжуватись і у I кварталі 2010 року.

Для функціонування, або навіть виживання, в умовах кризи і конкуренції, що посилюється, компаніям слід більше уваги приділяти підвищенню конкурентоспроможності власної продукції. Як вони прореагували на умови, що змінилися, можна дослідити, проаналізувавши думки керівників промислових підприємств стосовно конкурентних переваг їх продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках за кілька останніх років. У 2009 р. порівняно, наприклад, із більш-менш стабільним 2007 р. (див. табл. 1<sup>1</sup>) на внутрішньому ринку особливо відчутно знизилася оцінка впливу на конкурентний стан таких факторів, як краща якість власної продукції компаній та налагоджені тривалі відносини зі споживачами (на 5 процентних пунктів). Стосовно зовнішнього ринку погіршення ще більш відчутне за всіма позиціями. Так, «краща якість

<sup>1</sup> Усі таблиці, графіки та діаграми, наведені далі у статті, побудовано на основі даних кон'юнктурних обстежень (інформація НТК статистичних досліджень).

Таблиця 1. Головні конкурентні переваги основної продукції промислових підприємств на ринку (% підприємств)

Конкурентні переваги	Ринок			
	внутрішній		зовнішній	
	Роки			
	2007	2009	2007	2009
Нижчі ціни	33,5	33,8	42,1	30,8
Краща якість продукції	54,6	49,9	43,2	29,2
Швидкість відвантаження товару	19,5	21,0	16,0	10,9
Зручність розрахунків за продукцію	14,5	14,5	10,4	6,5
Післяпродажний сервіс	5,7	6,4	3,9	3,7
Транспортна близькість до споживачів	14,5	12,0	5,4	3,9
Виконання побажань замовників щодо умов постачання продукції	27,7	29,1	30,1	18,7
Відсутність аналогів продукції	11,6	9,5	8,2	4,1
Відомість марки продукції (бренда)	18,1	15,4	14,9	8,4
Тривалі відносини зі споживачами продукції	41,7	36,2	30,8	18,2
Наявність у підприємства ліцензій, патентів, квот	12,1	10,3	11,4	7,3
Інше	1,0	1,0	5,3	1,4

Таблиця 2. Основні конкуренти українських підприємств (% підприємств)

Взаємодія з конкурентами	Ринки збуту							
	вітчизняний		країн СНД		держав Європи		інших країн світу	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Не продають там своєї продукції	3,8	5,3	38,8	40,3	54,6	54,0	60,8	62,0
Не мають там конкурентів	7,0	6,0	9,9	9,2	12,5	10,8	12,4	11,9
Підприємства цього регіону			23,7	25,6	14,2	15,0	9,0	10,1
Інші українські компанії	78,6	78,3	15,2	11,7	8,0	7,9	5,9	3,4
Підприємства з третіх країн	10,6	10,4	12,4	13,2	10,7	12,3	11,9	12,6

власної продукції» втратила 14 п. п., а інша впливова позиція – «більш низькі ціни» – 10 п. п.

Хто ж основні конкуренти українських промислових підприємств на різних ринках збуту? Які зміни відбулися за останній рік у структурі множини конкурентів за такими ринками, як вітчизняний, країн СНД, європейський та інших країн світу?

Як і очікувалося, найбільше продукції промислові підприємства продають на внутрішньому ринку, на якому вони постійно мають за конкурентів інші українські компанії (близько 78 % відповідей), а також значно менше (табл. 2) – закордонні підприємства (майже 10 %). Тільки 9–10 % вітчизняних компаній не мають конкурентів на ринках країн СНД, 11–12 % – держав Європи та близько 12 % – інших країн світу. Проте ці частки у 2009 р. зменшилися порівняно з попереднім.

На жаль, дещо зросли відсотки підприємств, що не продають своєї продукції на різних ринках збуту, проте це не стосується Європи (щоправда, понад половина компаній навіть не виходять на ці ринки). Крім того, у 2009 р. інші вітчизняні підприємства ще менше стали створювати конкуренцію нашим респондентам за межами України, особливо – у Європі та на інших континентах.

Завантаженість виробничих потужностей – одна з порівняно нових статистичних характеристик діяльності українських промислових підприємств, що дуже точно прореагувала на зниження попиту на продукцію наприкінці 2008 р.: коефіцієнт завантаження зменшився із 66–67 % у середині до 59 % наприкінці цього року, а протягом 2009 р. – до 53–56 %. Відповідно, зросла частка респондентів, які вважають, що виробничих потужностей їх підприємства більш ніж достатньо, аби забезпечити наявний попит, хоча наприкінці 2009 р. вона скоротилася до 22 % опитаних – до рівня 2003 р. (див. рис. 2). Із падінням попиту зменшилися і потреби промислових підприємств у кваліфікованій робочій силі, які були найвищими у середині 2008 р., а протягом 2009 р. їх рівень знизився до показника п'ятирічної давності.

Проте частина підприємств готова швидко налагодити випуск продукції на незавантажених потужностях у разі зростання попиту, і ця їхня готовність тільки посилилася під впливом кризи: у 2009 р. 31 % опитаних (проти 22 % у 2008 р.) вважали, що у випадку збільшення попиту вони в будь-який момент зможуть задіяти свої надлишкові потужності (див. рис. 3). І навіть суттєво зменшилася частка тих, хто вважав, що для



Рис. 2. Наявність вільних виробничих потужностей і потреба у кваліфікованих кадрах

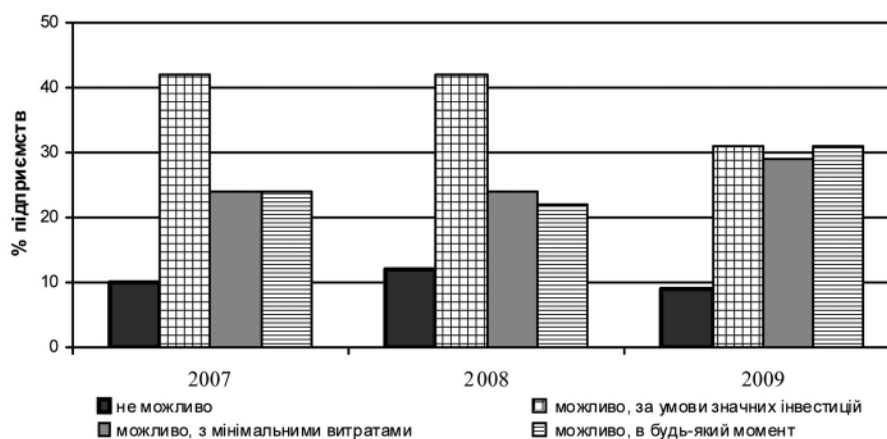


Рис. 3. Можливість використання вільних виробничих потужностей у промисловості в разі збільшення попиту



Рис. 4. Фінансово-економічний стан підприємств

цього слід залучати значні інвестиції (з 42 % у два попередні роки до 31 % у 2009 р.).

Оцінку фінансово-економічного стану підприємства (або бізнес-ситуацію) також вважа-

ють комплексним показником, що характеризує ситуацію не тільки на мікрорівні, а й у відповідній галузі державного господарства та економіці в цілому. Оцінюючи фінансово-економічний

стан, керівники зазвичай мають на увазі стан усього спектра діяльності підприємств. Це і виробничі аспекти, і стан реалізації продукції, і наявність попиту на неї, і прибутковість виробництва, і можливість отримання (вкладання) інвестицій тощо. Тому, маючи у своєму розпорядженні часовий ряд навіть тільки одного цього показника, можна дослідити циклічні коливання ділової активності, а відповідний прогнозний показник (майбутні зміни фінансово-економічного стану) дає можливість отримувати і короткотермінові прогнози.

Як видно з рис. 4, підприємства завжди низько оцінювали свій фінансово-економічний стан: баланси відповідей навіть протягом періоду зростання не підіймалися вище за  $-10\%$ . У кінці 2008 р. оцінки знизилися до рівня  $-36\%$  і протягом наступного року коливались у межах від  $-40\%$  до  $-34\%$ .

1. Мазуренко В. І. Світові фінансові кризи та національна економічна безпека : теорія і методологія : монографія / В. І. Мазуренко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – 511 с.
2. Нерб Г. Использование результатов статистических исследований хозяйственной деятельности в прогнозировании макроэкономического развития и экономики и организации производства / Г. Нерб // Материалы семинара по методологическим вопросам в области проведения сборов данных о тенденциях развития в промышленности Российской Федерации. Москва, 15–19 мая 1995 г. – М. : Центр экономических анализов, 1995. – С. 101–137.
3. Нерб Г. Нові підходи до моделювання змін валової доданої вартості / Г. Нерб, М. В. Пугачова, Л. О. Ященко // Статистика України. – 2009. – № 4 (47). – С. 17–24.
4. Пугачова М. В. Індикатори ділової активності як інструмент відстеження економічних циклів / М. В. Пугачова // Науковий вісник Державної академії статистики, обліку та аудиту. – 2007. – № 3 (16). – С. 14–19.
5. Пугачова М. В. Методологічні засади статистичного моніторингу ділової активності підприємств : монографія / М. В. Пугачова. – К. : Інформ.-аналіт. агентство, 2007. – 535 с.
6. 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.
7. Abberger K. Qualitative business surveys in manufacturing and industrial production – what can be learned from industry branch results? : [Електронний ресурс] / K. Abberger // Materials of the 28th CIRET Conference. Rome, September, 20–23, 2006. – 23 p. – Режим доступу : <http://www.ciret.org/rome2006>. – Назва з екрана.
8. Bhattacharyay B. N. Detection of financial vulnerability and policy implications system for monitoring financial and exchange rate crises : [Електронний ресурс] / B. N. Bhattacharyay, G. Nerb // Materials of the 29th CIRET Conference. Santiago, Chile, October, 8–11, 2008. – 26 p. – Режим доступу : <http://www.ciret.org/conferences/santiago2008>. – Назва з екрана.
9. Bry G. Cyclical analysis of time series : selected procedures and computer programs / G. Bry, C. Boschnan. – New York : National Bureau of Economic Research, 1971. – 114 p.
10. Hamilton J. D. Comment on: a comparison of two business cycle dating methods / J. D. Hamilton // Journal of Economic Dynamics & Control. – 2002. – № 27. – P. 1691–1693.
11. Harding D. A Comparison of two business cycle dating methods / D. Harding, A. Pagan // Journal of Economic Dynamics & Control. – 2002. – № 27. – P. 1681–1690.
12. Hodrick R. J. Postwar U. S. Business cycles : an empirical investigation / R. J. Hodrick, E. C. Prescott // Journal of Money, Credit and Banking. – 1997. – № 29. – P. 1–16.
13. Lucas R. E. Some international evidence on output-inflation trade-offs / R. E. Lucas // American Economic Review. – 1973. – № 63. – P. 326–334.
14. Muth J. F. Rational expectations and the theory of price movements / J. F. Muth // Econometrica. – 1961. – № 29. – P. 315–335.
15. Oller L. Forecasting the business cycle using survey data / L. Oller // International Journal of Forecasting. – 1990. – № 6. – P. 453–461.
16. Ozyildirim A. Business cycles in the euro area defined with coincident economic indicators and predicted with leading economic indicators : [Електронний ресурс] / A. Ozyildirim, V. Zarnowitz // Materials of the 29th CIRET Conference. Santiago, Chile, October, 8–11, 2008. – 26 p. – Режим доступу : <http://www.ciret.org/conferences/santiago2008>. – Назва з екрана.

*M. Pugachova*

## HOW THE CRISIS INFLUENCE ON THE ASSESSMENTS AND EXPECTATIONS OF ENTERPRISES MANAGERS

*Several aspects of the industrial enterprises' activities in the conditions of crisis on the basis of the information of business tendency surveys are studied.*

**Keywords:** business tendency surveys of enterprises, business activity cycles, composite (synthetic) indicators.