

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ**

**Пузанов І. І.**, д.е.н., проф., професор кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Пузанов І. І. Методологічні принципи дослідження зовнішньоторговельних зв'язків.**

У статті розглядається методологія проведення економічних досліджень. Визначено загальнометодологічні підходи у дослідженнях зовнішньоторговельних зв'язків. Розглянуто об'єктивний характер специфічних, загальних та особливих економічних законів. В існуючій статистичній звітності інформація по зовнішній торгівлі представляється у вигляді десятизначного цифрового коду. Такий підхід, незважаючи на його простоту, виключає вплив структурних зрушень в межах позиції, які можуть бути значні. Економічні фактори, що впливають на формування умов зовнішньої торгівлі характеризуються значною диференціацією, не є цілком визначеними, їх прояв характеризуються особливо значною кількістю коливань та відхилень на обсяги зовнішньої торгівлі, і спроби суто емпіричного їх опису приводять до заплутаних, нечітких і громіздких формулювань. Розглянуто особливості трьох варіантів визначення ціни покупця та запропоновано етапи вирішення цього завдання. Розраховано структуру експорту металургійної промисловості на основі товарних підкатегорій товарної позиції 7207 у 2008 р.

**Пузанов И. И. Методологические принципы исследования внешнеторговых связей.**

В статье рассматривается методология проведения экономических исследований. Определены общеметодологические подходы в исследованиях внешнеторговых связей. Рассмотрен объективный характер специфических, общих и особых экономических законов. В существующей статистической отчетности информация по внешней торговле представляется в виде десятизначного цифрового кода. Такой подход, несмотря на его простоту, исключает влияние структурных сдвигов в рамках позиции, которые могут быть значительны. Экономические факторы, влияющие на формирование условий внешней торговли, характеризуются значительной дифференциацией, не являются вполне определенными, их проявление характеризуются особенно значительным количеством колебаний и отклонений по объемам внешней торговли и попытки чисто эмпирического их описания приводят к запутанным, нечетким и громоздким формулировкам. Рассмотрены особенности трех вариантов определения цены покупателя и предложены этапы решения этой задачи. Рассчитано структуру экспорта металлургической промышленности на основе подкатегорий товарной позиции 7207 в 2008 г.

**Puzanov I. Methodological principles study of foreign trade.**

The article discusses the methodology of economic research. General methodological approaches identified in the studies of foreign trade. We consider the objective of specific, general and special economic laws. In the existing statistical reporting information on foreign trade is in the form of ten-digit numeric code. This approach, despite its simplicity, excludes the impact of structural changes in the position, which may be significant. Economic factors affecting the formation of the terms of trade are characterized by considerable differentiation is not well defined, and their manifestation characterized by a particularly significant number of variations and deviations in terms of foreign trade and purely empirical attempts to describe them lead to confusing, unclear and cumbersome formulas. The features of the three options for determining the price the buyer and the proposed steps to solve this problem. The structure of the export of metallurgical industry on the basis of subcategories of heading 7207 to 2008 y.

**Постановка проблеми.** Методологія – це область наукового дослідження, покликана направляти творчий пошук. Вона охоплює цільові установки, нормативи пізнання, що сприяють поглибленню, зростанню знання, його критичного осмислення. Методологія визначає предмет і об'єкт дослідження, цілі і способи побудови теорії, інтерпретацію висновків і (що особливо важливо) критерії, відповідно до яких вони оцінюються. Як загальна теорія пізнання методологія формувалася у зв'язку з необхідністю узагальнення та розробки тих методів, засобів і прийомів, які були відкриті в філософії, науці, інших формах діяльності.

Метод – у широкому розумінні слова – спосіб діяльності у будь-якій її формі. Поняття «методологія» має два основних значення: система визначених способів і прийомів, що застосовуються у науці та інших сферах; вчення про цю систему, загальна теорія методу. Завдання методу – організація і регулювання процесу пізнання або практичного перетворення того або іншого об'єкта. Тому метод (у тій чи іншій формі) зводиться до сукупності визначених правил, прийомів, способів, норм пізнання і дії. Він охоплює систему приписів, принципів, вимог, які покликані орієнтувати в рішенні конкретних завдань, досягненні бажаних результатів у тій чи іншій сфері діяльності. У науці немає канонів, незмінних принципів, які не слід порушувати. У той же час неприйнятним є неорганізована анархія, безладні пошуки вирішення назрілих проблем. Наука покликана не тільки висувати проблеми, але й виробляти «стандарти» пошуку цих проблем.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Дослідження, пов'язані з методологією наукових досліджень мають багату історію.

**Метою** дослідження є визначення загальнометодологічних підходів у дослідженнях зовнішньоторговельних зв'язків.

**Виклад основного матеріалу.** Методологія дослідження визначається його задачею. Використовуючи свій спектр методів наукового пізнання, економічна наука розкриває економічні основи існування людського суспільства, формулюючи при цьому певні економічні поняття, що відображають реальну дійсність. Такими поняттями є економічні закони та категорії. В економіці, як і в будь-якій іншій галузі суспільного життя, чітко простежується закономірність розвитку. В економічному житті суспільства можна відзначити явища, пов'язані одне з одним. Економічна теорія вивчає ці взаємозв'язки і взаємозалежності, розглядаючи ступінь їх сталості і повторюваності. Явища, що характеризуються сталістю і багаторазовою повторюваністю, є законами. Суспільне економічне життя розвивається під дією економічних законів. Економічні закони – це найбільш суттєві, сталі та постійно повторювані об'єктивні причинно-наслідкові зв'язки та взаємозалежності між економічними явищами. Кожний закон відображає певне економічне явище у суспільстві. У сукупності економічні закони утворюють систему для розвитку суспільства, формують закономірності його розвитку. Економічні закони поділяються на специфічні, загальні та особливі. Специфічні економічні закони діють у межах історично визначених форм господарювання. При ліквідації цих форм господарювання їхні закони припиняють дію.

Загальні економічні закони притаманні всім формам господарювання, пов'язують їх у єдиний історичний процес поступального розвитку. Ці економічні закони не припиняють дію при зміні форм господарювання. Прикладом тут є закон збільшення потреб, тобто постійне зростання і примноження потреб як однієї людини, так і всього людства. Особливі економічні закони притаманні тим формам господарювання, в яких зберігаються умови для їх реалізації. Економічні закони мають об'єктивний характер, тобто не залежать від волі людини і не її винаходом. Економічні закони діють завжди, і їх не можна ані зупинити, ані заборонити. Людське суспільство може тільки вивчати ці закони та їхню дію і ухвалювати відповідні економічні рішення. Загальна економічна теорія, як і будь-яка інша наука, розвивається через відкриття, пізнання та використання її законів. Загальна економічна теорія крім економічних законів вивчає економічні категорії. Економічна категорія – це логічне поняття, що є теоретичним відображенням економічного життя суспільства. Економічна категорія – це абстрактне поняття про певне явище або предмет, що відображає найбільш загальні та суттєві сторони економічного життя суспільства – попит, пропозицію, виробництво, ціну, корисність, витрати, прибуток і багато інших. При аналізі місця і ролі зовнішньої торгівлі у відтворювальному процесі відображаються основні закономірності динаміки зовнішньої торгівлі в дослідженнях різних економічних шкіл.

Так, рішення в умовах рівноважного ринку є неоднозначними з позицій інтересів окремих суб'єктів ринкових відносин: споживачів, виробників і посередницьких ланок. Під рівноважним розуміється стан ринку, для якого виконуються співвідношення балансу попиту і пропозиції за кожним видом товару. Дисбаланс попиту та пропозиції не вигідний жодному з учасників ринкових відносин, оскільки як непродані товари збиткові для виробника, так їх нестача знижує доходи споживача. Тому умова рівноваги попиту та пропозиції можна представити, як:

$$q_j^d = \sum_{k=1}^l q_{kj}^d = \sum_{i=1}^m q_{ij}^s = q_j^s \quad (1)$$

де  $q_{kj}^d$  – обсяг попиту на товар  $j$  споживача з індексом  $k$ ;  $q_{ij}^s$  – обсяг пропозиції товару  $j$  виробником  $i$ ;  $q_j^d$  – сукупний обсяг попиту споживачів на товар  $j$ ;  $q_j^s$  – сукупний обсяг пропозиції виробників товару  $j$ .

Оскільки рівноважні ціни і кількості визначаються з урахуванням зміни рівноваги на одному ринку в результаті змін, що виникають на пов'язаних ринках, а також в силу нерозривного взаємозв'язку процесів виробництва і споживання ціни зумовлюють обсяг випущеної продукції, а обсяг випуску в значній мірі визначає ціни. Ціни споживчих товарів і послуг залежать від цін ресурсів. А ціни ресурсів – від цін споживчих благ, на які існує платоспроможний попит.

Для пізнавального оволодіння факторами використовується індуктивний метод, що включає безпосереднє спостереження, точний опис і узагальнення фактів. В економічній науці він використовується у різних формах. Найбільш елементарною його формою є простий узагальнюючий опис, коли різні економічні факти, що спостерігаються, групуються за схожістю, і в кожній групі однорідних фактів встановлюються спільні та повторювані елементи. У зовнішній торгівлі це відображається у аналізі поведінки споживачів.

В існуючій статистичній звітності інформація по зовнішній торгівлі представляється у вигляді десятизначного цифрового коду, наприклад 7207111400 і включає код групи (72 – чорні метали), товарної позиції (7207 – напівфабрикати з вуглецевої сталі), підпозиції (7207111 – напівфабрикати з вуглецевої сталі прямокутного (включаючи квадратний) поперечного перерізу, ширина якого менша ніж подвійна товщина), товарної підкатегорії (7207111400 – напівфабрикати з вуглецевої сталі прямокутного (включаючи квадратний) поперечного перерізу, ширина якого менша ніж подвійна товщина завтовшки не більш як 130 мм).

Такий підхід, незважаючи на його простоту, виключає вплив структурних зрушень в межах позиції, які можуть бути значні. Так, на експортну позицію 7218 (сталь корозійностійка (нержавіюча) у зливках та в інших первинних формах; напівфабрикати з корозійностійкої (нержавіючої) сталі) ціни в 2008 р. в порівнянні з

2007 р. зросли в 2,63 рази. Така динаміка представляє серйозні структурні зрушення. Однак дати якісну характеристику структурних зрушень ціни в такому випадку не представляється можливим.

Але чим складніше досліджувані явища, тим більшим різноманіттям і плінністю характеризується їхній зміст. Тому узагальнюючий описовий метод не є придатним для їх дослідження, оскільки він дозволяє отримувати лише приблизні результати. Економічні процеси мають найбільшу складність, оскільки вони характеризуються значною варіативністю, що цілком унеможливує їх безпосереднє узагальнення. Тому алгоритм узагальнення як правило доводиться супроводжувати застереженнями «зазвичай», «у більшості випадків», «за інших рівних умов» тощо. Це, зокрема, стосується аналізу факторів якісного впливу на формування умов зовнішньої торгівлі. Ці фактори мають розглядатися у контексті формування економічної вигоди господарюючого суб'єкта при реалізації продукції на зовнішньому ринку. Тому навіть у найбільш узагальнених правилах потрібно вказувати на винятки. Крім того, економічні фактори, що впливають на формування умов зовнішньої торгівлі характеризуються значною диференціацією, не є цілком визначеними, їх прояв характеризуються особливо значною кількістю коливань та відхилень на обсяги зовнішньої торгівлі, і спроби суто емпіричного їх опису приводять до заплутаних, нечітких і громіздких формулювань. Наприклад, такі поняття, як «загрози погіршення умов зовнішньої торгівлі національному економічному розвитку», в контексті різних умов відтворення можуть мати не тільки дуже різний, а й майже прямо протилежний економічний зміст.

Впорядкованість і ясність викладення фактів забезпечується статистичним методом. Цей метод є більш точним, ніж узагальнюючий описовий метод, оскільки він оперує кількісними прийомами для відображення абсолютної та відносної частоти тих або інших явищ і притаманних їм ознак. Він більш надійно висвітлює зв'язок між цими ознаками. Там, де точний кількісний розрахунок неможливий через надто велику чисельність фактів для розрахунку (наприклад, у разі великої кількості товарних позицій), проблема вирішується через застосування застережень на кшталт «у переважній кількості випадків», «у більшості випадків», «у рідких, у виняткових випадках» тощо. Утім така найбільш елементарна форма статистичного методу є тим більш корисною, чим більш складними і різноманітними є досліджувані факти. А оскільки економічні факти, зокрема ті, що пов'язані з розвитком зовнішньоторговельного сектору, вважаються найбільш складними і різноманітними, тому при їх дослідженні необхідно використання статистичних методів, які забезпечують точні кількісні розрахунки.

У світовій статистиці використовуються два основні методи розрахунку зміни цін. Перший метод полягає в розрахунку цін на товари-представники, точно визначені за асортиментом, сортом і якістю (індекс цін). Другий метод полягає в розрахунку середніх цін для певних товарних позицій товарної номенклатури зовнішньої торгівлі. Середня ціна кожного товару знаходиться шляхом ділення вартості цього товару на його кількість, взяті зі статистичних звітів по зовнішній торгівлі. При обчисленні індексів зовнішньої торгівлі в світовій статистиці застосовується як перший, так і другий методи. Метод розрахунку цін на основі товарів-представників дуже трудомісткий і ефект від його застосування може не покривати високу трудомісткість. Правильність вибору товарів-представників залежить від великої кількості факторів і професійної підготовки аналітиків, що виконують цю роботу. Метод розрахунку середніх цін полягає у виборі певних товарних позицій товарної номенклатури зовнішньої торгівлі.

Переваги методу середніх цін полягають у наступному: 1) невелика вартість дослідження; 2) простота розрахунку; 3) можливість розробки та отримання різноманітних даних за короткий термін (квартал, рік); 4) високий відсоток охоплення товарів (репрезентативності).

Метод середніх цін не вимагає додаткової звітності. Всі розрахунки засновані на даних, зібраних в рамках інформаційної системи статистики зовнішньої торгівлі, а це дозволяє всі розрахунки виконувати за допомогою комп'ютерних технологій. Однак придатність та достовірність середніх цін в якості показників зміни цін може обмежуватися ступенем однорідності і стабільністю складу окремих товарів, для яких обчислюються середні ціни. У цьому основний недолік розрахунку методу середніх цін. Для розрахунку середніх цін достатнім є використання статистичних даних по підпозиції.

Важливість статистичного методу також полягає в його здатності встановлювати емпіричні тенденції суспільного розвитку шляхом визначення категорій фактів, які в конкретний період часу стають більш численними, і категорій ознак, які в цей період посилюються. Але якщо цей метод застосовується окремо, він не здатен точно розкрити причини та суспільне значення цих фактів і, отже, є недостатнім для передбачення їхніх змін. Загалом кожна окремо визначена статистична тенденція насправді є лише рівнодіючою різних тенденцій або результатом співвідношення між різними тенденціями, які можуть мати різноспрямований розвиток.

Модель поведінки споживачів (функція попиту) залежить від системи цін ( $p_j^d$ ), за якими товари продаються споживачам і від доходів споживачів ( $I_k$ ). Функція пропозиції визначається через систему цін ( $p_j^s$ ), за якими товари поставляються виробниками та фінансовими ресурсами виробника ( $F_j$ ). Сукупний

дохід ( $I$ ) споживачів визначається залежністю:  $I = \sum_{j=1}^n p_j^d \times q_j^d$ . Сукупний фінансовий ресурс виробників ( $F$ )

отримується в результаті продажу товарів і визначаються співвідношенням  $F = \sum_{j=1}^n p_j^s \times q_j^s$ .

Виробник завжди прагне максимізувати свій прибуток. Вартість проданих товарів визначається величиною попиту, під яким мається на увазі кількість одиниць товару, що може бути придбана на ринку в певний період часу при даному рівні цін і незмінних інших факторах. Вартість товарів, що купуються визначається величиною пропозиції, під якою мається на увазі кількість одиниць товару, що може бути продана на ринку в певний період часу при даному рівні цін і незмінних інших факторах. Отже, прибуток визначається

величиною:  $R = \sum_{j=1}^n (p_j^d - p_j^s) \times q_j = (p^d - p^s) \times q$ .

Утім статистичні дані відображають лише складний результат поєднання всіх цих умов, але не показують фактичний взаємозв'язок між ними. Це вимагає застосування іншого, більш досконалого методу – абстрактно-аналітичного. Метод абстрактного аналізу, який є найвищою формою індукції, розкриває найбільш елементарні тенденції розвитку явищ шляхом абстрагування при вивченні цих тенденцій від великої кількості конкретних фактів. У такий спосіб отримують спрощені схеми явищ – їхні «абстрактні закони». Це найбільш складна, але найбільш важлива задача пізнання, і вона найбільш складно піддається розв'язанню при аналізі зовнішньоторговельних зв'язків.

Формування моделей економічної вигоди виробника і споживача обумовлюють рівень економічної взаємодії, що визначається інформованістю суб'єктів ринку, розподілом пріоритетів між суб'єктами ринку у виборі параметрів ринку, пов'язаних між собою так, що за значеннями одних з них можна намагатися знаходити значення інших. На формування економічної вигоди господарюючих суб'єктів впливають ціни: 1) попиту, 2) пропозиції; 3) попиту і пропозиції, що визначаються виходячи з узгоджених обсягів продажів.

При першому варіанті ціна покупця або ціна попиту складається з доходів і переваг споживачів, обумовлених факторами культурного рівня (до них відносяться культура, субкультура, соціальний стан); факторами соціального порядку (такими як референтні групи, родина, соціальні роль і статус); факторами особистого порядку (що включають у себе вік, етап життєвого циклу родини, рід занять, економічне становище, тип особистості, уявлення про самого себе, спосіб життя); факторами психологічного порядку (складаються з мотивації, сприйняття, засвоєння, переконання і відносини).

Визначення ціни покупця (ціни попиту) розбивається на кілька етапів: 1) визначення за функціями попиту кількості закупаваних товарів споживачами ( $q_{kj}^d$ ); 2) знаходження обсягу сукупного попиту споживачів на товари при досягненні балансу  $q_j^s = q_j^d$ ; 3) знаходження ціни пропозиції  $p_j^s$ ; 4) визначення обсягів пропозиції кожного виробника  $q_{ij}^s$ ; 5) визначення значення функції вигод споживачів та прибутку виробників.

При другому варіанті визначення ціни на вироблену та реалізовану підприємством продукцію (ціни пропозиції) є одним з найбільш відповідальних рішень, що впливають на результати фінансово-господарської діяльності. Низька ціна не дозволить забезпечити підприємству достатній рівень прибутку і може призвести до збитків. При необгрунтовано високої (з точки зору споживача) ціни існує небезпека зниження попиту на продукцію і, отже, обсягів її реалізації.

При третьому варіанті для виробництва і реалізації оптимального обсягу продукції, який забезпечить співпадання сукупних обсягів попиту та пропозиції, підприємству необхідно мати: достатні виробничі потужності; знати, наскільки значний період часу займає реалізація продукції; повинен бути достатньо вивчений ринок, що споживає даний вид продукції; необхідна стабільність ринку збуту; достатнім повинен бути обсяг наявних на початок планованого періоду власних резервних фінансових коштів та отриманих кредитів.

Ціна залежить від безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів, таких як: структура ринку, на якому підприємство продає свій товар; вид товару, виробленого підприємством (продукція виробничо-технічного призначення, споживчі товари тривалого користування, споживчі товари першої необхідності та ін.); еластичність попиту за ціною; цільові завдання підприємства на ринку; ймовірність існування конкуренції, ступінь задоволення споживачів даним товаром, послугою; можливість сегментації ринку; існування якісних відмінностей між товарами підприємства і товарами інших підприємств-конкурентів; роль ціни як елемента маркетингу; розмір підприємства; розміри і кількість підприємств, що випускають аналогічні і взаємозамінні товари по відношенню до товару, що випускається підприємством, ступінь диференціації продукції; ступінь спільного впливу на ринок даного товару цін та інших елементів маркетингу підприємства; ступінь втручання держави у цінову політику підприємства, ступінь прямого і непрямого впливу на політику цін суспільних організацій.

Крім того, на встановлення ціни великою мірою впливають цілі цінової політики підприємства, під якою розуміються загальні цілі, які підприємство збирається досягти за допомогою встановлення цін на свою продукцію. Проведення підприємством зваженої цінової політики передбачає отримання і аналіз інформації у таких аспектах: можливість підвищення якості товарів, що випускаються; стан і прогнозування попиту; дані про ціни на споживану і реалізовану продукцію; пошук резервів для зниження витрат; прогнозування цін на товари, що випускаються підприємством, і дані про ціни на такі ж товари у підприємств-конкурентів; аналіз динаміки і структури цін; інформація про декларування цін підприємствами-монополістами; вивчення еластичності попиту на товари, виробленні підприємством, вивчення структури і динаміки попиту; прогнозування внутрішніх ринків збуту і потенційних конкурентів; вивчення біржових цін; аналіз цін зовнішньої торгівлі та зовнішніх ринків збуту.

Для встановлення ціни підприємство може застосувати такі форми цінової політики або їх комбінації, що відповідають цілям цінової політики: домагатися такого рівня цін, верхня межа якого забезпечує «нормальний прибуток» (відшкодування витрат виробництва плюс середня норма прибутку); вести політику цінової конкуренції; здійснювати політику нецінової конкуренції; встановлювати ціни на рівні лідера чи цін конкурентів; забезпечувати «престижні» ціни, особливо підкреслюючи високу якість товару; підтримувати за допомогою цін певний відсоток прибутку на авансований капітал; регулювати ціни, що забезпечують стабільність обсягів і номенклатури продукції; добиватися стабільності цін і прибутку шляхом маневрування факторами виробництва; встановлювати ціни з метою витіснення конкурентів з внутрішнього або світового ринку; встановлювати низькі ціни з метою проникнення на ринок.

Рішення вище поставленої задачі можна також представити у вигляді такої послідовності етапів: 1) визначення пропозиції виробників товарів на ринку; 2) визначення сукупної пропозиції товарів  $q_j^s$ , одночасно припускаючи, що обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції, тобто  $q_j^d = q_j^s$ ; 3) знаходження ціни попиту товарів  $p_j^d$ ; 4) визначення обсяги попиту кожного споживача при цінах  $p_j^d$ , отриманих на етапі 3 даного алгоритму; 5) визначення результатів учасників ринку.

Покупці у процесі здійснення покупки визначають для себе: технічні характеристики товару; межі цін; час і умови поставки; умови технічного обслуговування; умови платежу; розмір замовлення, прийнятих постачальників і оптимального постачальника.

При постановці умов завдання необхідно пам'ятати, що взаємозамінність товарів створює межа зростання цін, на продукцію конкретної галузі, тим самим обмежуючи потенціал галузі, а, отже, і обсяг товарів, що продаються. Поетапне вирішення цієї задачі має наступний вид: 1) знаходження ціни пропозиції товарів  $p_j^s$ ; 2) знаходження ціни попиту на товари  $p_j^d$ ; 3) визначаються результати учасників ринку.

Існують важливі окремі випадки формування учасниками ринку своєї економічної вигоди при різних співвідношеннях сукупного фінансового ресурсу виробників і сукупного доходу споживачів, що визначаються на основі цін: досконала конкуренція, коли жоден із суб'єктів ринку не може вплинути своїми діями на систему цін попиту і пропозиції, тому ціни на товари виступають у моделях як екзогенні величини; недосконала конкуренція, коли виробники, будучи монополістами, формують ціни пропозиції так, щоб рентабельність виробництва була не нижче обумовленої; посередник формує відпускні ціни, використовуючи фіксований відсоток надбавки.

При вирішенні цих завдань суттєві значення мають наступні співвідношення між  $I$  і  $F$ :

1. Сукупний дохід споживачів і дохід виробників рівні між собою  $I = F$ .
2. Сукупний дохід споживачів і дохід виробників не рівні між собою  $I \neq F$ .

Цей варіант доповнюється трьома випадками: а) випадок досконалої конкуренції, коли жоден із суб'єктів ринку не може вплинути своїми діями на систему цін, і тому ціни  $p_j^s$  і  $p_j^d$  на товари  $j$  виступають у моделях як екзогенні величини; б) випадок недосконалої конкуренції, коли виробники можуть безпосередньо впливати на ціни; в) при формування відпускних цін продажу використовується фіксований відсоток надбавки на всі товари.

Природничі науки мають особливий спосіб визначення найбільш елементарних тенденцій явищ шляхом абстрагування від ускладнюючих умов – експеримент. Він передбачає штучне створення найбільш простих умов, за яких досліджувана тенденція не ускладнюється іншими тенденціями, а виявляється у чистому або майже чистому вигляді. Тоді вона легко піддається чіткому спостереженню і кількісному дослідженню, але і тут постановка експерименту з повним абстрагуванням від ускладнюючих умов являє собою ідеальний випадок. Найчастіше ускладнюючі умови усуваються лише приблизно, тобто зводяться до найменшої можливої величини. Потім шляхом здійснення ряду кількісних змін тієї умови, від якої за припущенням залежить досліджувана тенденція, при кожній зміні вимірюють результати. Якщо отримувані співвідношення вдається виразити математичним рівнянням, тоді задача вважається розв'язаною, тенденція – з'ясованою. Вона завжди може бути передбачена та врахована і у подальших дослідженнях, і у практичних розрахунках. Отримані у такий спосіб результати створюють базу для поетапного визначення інших, ускладнюючих тенденцій, від більш сильних і постійних до менш значимих і важливих.

У суспільних науках подібна постановка експериментів неможлива або можлива лише у виняткових випадках. Тут об'єктом пізнання є люди та їхні соціальні взаємовідносини, а соціальні сили не допускають такого ж вільного поводження з собою, яке є допустимим стосовно неорганічного світу. На практиці довільне ізолювання різних тенденцій у суспільному середовищі неможливе, і можна здійснювати лише спостереження фактів у тому вигляді, в якому вони відбуваються. Заміною точного експерименту тут є метод розумового відволікання, тобто той абстрактно-аналітичний метод, який виявився потужним знаряддям пізнання дослідників-суспільствознавців починаючи від класиків економічної думки до сучасних економічних шкіл.

Абстрагування досягається насамперед завдяки точному і уважному спостереженню якомога більшої кількості однорідних фактів. Обравши ту умову, вплив якої бажано встановити, ці факти потім розташовують у послідовний ряд за ступенем збільшення або зменшення саме цієї умови. Порівняння тих випадків, у яких всі інші умови є приблизно схожими, дозволяє визначити момент і напрямок зміни результату, тобто зменшення або зростання впливу цієї умови. Наприклад, при аналізі умов зовнішньої торгівлі міститься опис індексів експортних та імпорتنих цін у розрізі галузей за всіма країнами світу за однакових умов вільної конкуренції на ринку. Однак «умови торгівлі» можуть розрізнятися за окремими товарами у контексті окремих країн світу. У такий спосіб виявляється основний наслідок зміни «умов» зовнішньої торгівлі для національної економіки, отримання додаткового доходу, або збитку. Так, у 2008 р. «умови» зовнішньої торгівлі України склали 113%, у т. ч. у металургійній промисловості 103%. За рахунок позитивної динаміки «умов» зовнішньої торгівлі в цілому додатковий ефект на макроекономічному рівні склав 3289,6 млн. дол.

На підставі цього результату можна продовжити абстрагування і аналіз інших тенденцій, що проявляються в цій групі явищ. Порівнюючи випадки приблизно однакових «умов» зовнішньої торгівлі за окремими товарними позиціями у розрізі окремих країн, можна прийти до висновку про більш сприятливі умови торгівлі на окремих географічних ринках (див. табл. 1 у контексті коливання ціни біля середньої). Основна тенденція низки явищ також називається їхньою «нормою» або «абстрактним законом». Основну тенденцію не слід плутати з середньою величиною, яка характеризує однакові явища і отримується статистичним шляхом. Норма може збігатися з середньою, а може відрізнятися від неї.

Коли виявлено всі суттєві тенденції конкретної групи фактів, визначено з належною точністю їхній характер і ступень впливу за різних умов, задача абстрактно-аналітичного методу може вважатися виконаною, оскільки за його допомогою розкрито певну закономірність. Будь-який факт цієї групи може тепер бути повністю пояснений у будь-який момент, оскільки його проаналізовано і точно встановлено його зв'язок з усією сукупністю його умов. Це також закладає міцну основу для наукового передбачення, яке здійснюється з використанням дедуктивного методу.

Дедукція, або «виведення», неможлива без попереднього застосування індуктивного методу, оскільки висновки можна робити тільки з встановлених раніше положень, що відображають певні закономірності даних спостереження, а ці закономірності повинні бути визначені шляхом індукції. Отже, сила дедукції залежить від широти і глибини тих положень, на яких вона ґрунтується. Таким чином, різні форми індуктивного методу закладають різну за надійністю основу для точної дедукції, зокрема передбачення.

Простий «узагальнюючий опис», який майже завжди дає лише приблизні результати, створює доволі хитку і ненадійну основу для дедукції. Тоді її висновки виявляються надто приблизними, оскільки вони ґрунтуються лише на імовірності. Так, у 2007 р. ціна 1 кг металургійної промисловості розраховано на основі товарних позицій (чотиризначні коди) коштувала 0,36 дол./кг, а в 2008 р. – 0,50 дол./кг. Індекс середніх цін,

розрахований як 
$$I_{ср.ц} = \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_0 Q_1}$$
 дорівнював 138,9%. Середня ціна металургійної продукції у 2008 р.

розрахована на основі 19 товарних підкатегорій, на які припадала основна частка експорту металургійної промисловості – 70,6% і становила 0,44 дол./кг, що на 12% менше ніж при оцінці на основі товарних позицій. І цей результат є більш точним.

У 2008 р. 28,8% загального експорту металургійної промисловості припадало на чотири товарні підкатегорії товарної позиції 7207 (напівфабрикати з вуглецевої сталі) (див. табл. 1). На підставі цього можна припустити, що цей розрахунок розповсюджується на всі товарні підкатегорії. Якщо таке припущення робиться без аналізу структури і тенденцій або відповідних умов, виникає питання про імовірність правильного результату. Судити про правильність результату надто складно, оскільки він отриманий шляхом поєднання різних «імовірностей», характер взаємного впливу яких (посилення або послаблення) невідомий. Дізнатися про правильність результатів можливо лише шляхом більш точного аналізу, ніж той, який зроблено за допомогою емпіричного узагальнення.

Статистичний метод дає більш надійну основу для дедукції. Узагальнення, отримані з цифрових даних, є більш сталими і певними, ніж узагальнення суто описового змісту, оскільки на підставі цифрових даних комбіновані висновки часто можна отримувати і в кількісній формі, а імовірність результату зазвичай може бути виражена у кількісній формі. Утім передбачення і тут не буде тотожне впевненості, оскільки виникає питання про межі статистично знайдених закономірностей.

Але якщо невідома сутність досліджуваної тенденції, її складові тенденції та їхні умови, тоді не можна дати науково мотивовану відповідь на поставлені питання. Тому метод узагальнюючого опису і статистичний метод мають бути доповнені абстрактно-описовим методом, оскільки саме останній створює надійне підґрунтя для висновків і передбачень. Коли встановлено «абстрактні закони» явищ, тобто виділено

різні їх тенденції і визначальні для цих тенденцій умови, тоді для точного передбачення обумовлених явищ цілком достатньо знати сукупність цих умов. Поєднання абстрактного аналізу і дедукції є на сьогодні головним і найкращим знаряддям науково-економічного дослідження.

Таблиця 1 - Структура експорту металургійної промисловості на основі товарних підкатегорій товарної позиції 7207 у 2008 р.

| Частка країни у експорті товарної підкатегорії за кількістю, %   | Відхилення середньої ціни реалізації до країни від середньої ціни реалізації товарної підкатегорії, у % | Частка країни у експорті товарної підкатегорії за кількістю, % | Відхилення середньої ціни реалізації до країни від середньої ціни реалізації товарної підкатегорії, у % |
|--|---|--|---|
| Напівфабрикати з вуглецевої сталі інші, прямокутного (крім квадратного) поперечного перерізу катані або одержані безперервним литтям (товарна підкатегорія 7207121000) - частка у загальному експорті металургійної промисловості 10,7%, всього на представлені країни припадало 97,8% експорту підкатегорії                                     |   |  |   |
| Італія – 36,4  | -7,5  | США – 19,0   | 7,1   |
| Індонезія – 14,0   | -7,0  | Республіка Корея – 8,9   | 1,0   |
| Польща – 7,6   | 21,3  | Угорщина – 5,2   | 15,4  |
| Таїланд – 3,0  | 0,8   | Македонія – 2,1  | 2,8   |
| Сполучене Королівство – 1,6  | -6,7  |  |   |
| 2. Напівфабрикати з вуглецевої сталі з вмістом вуглецю 0,25 % або більше, але менш як 0,6 % (підсубпозиція 7207201500) – частка у загальному експорті металургійної промисловості 8,5%, всього на представлені країни припадало 97,8% експорту під категорії 96,5%   |   |  |   |
| Єгипет – 22,6  | 9,3   | Туреччина – 14,2   | -7,5  |
| Британські Віргінські острови – 13,8   | -10,0   | Йорданія – 8,6   | 0,5   |
| Таїланд – 7,0  | -18,0   | Сирія – 6,2  | -14,7   |
| Домініканська республіка – 4,3   | 9,7   | Саудівська Аравія – 3,5  | 23,6  |
| Сполучене Королівство – 3,2  | 42,3  | Іран – 3,0   | 16,8  |
| Філіппіни – 2,2  | -13,1   | Нігерія – 2,2  | 17,7  |
| В'єтнам – 1,6  | -18,6   | Ліван – 1,5  | -34,4   |
| Гондурас – 1,5   | 22,1  | Туніс – 1,1  | 10,9  |
| 3. Напівфабрикати з вуглецевої сталі прямокутного (включаючи квадратний) поперечного перерізу, ширина якого менша ніж подвійна товщина завтовшки не більш як 130 мм (товарна підкатегорія 7207111400) – частка у загальному експорті металургійної промисловості 7,3%, всього на представлені країни припадало 97,8% експорту під категорії 93,0 |   |  |   |
| Туреччина – 14,6   | -2,8  | ОАЕ – 13,0   | 5,0   |
| Британські Віргінські острови – 12,3   | -8,0  | Болгарія – 9,6   | 2,9   |
| Італія – 9,2   | 6,2   | Оман – 5,6   | 9,6   |
| Ліван – 5,5  | -32,8   | Йорданія – 5,2   | 8,7   |
| Сполучене Королівство – 4,4  | 48,6  | Туніс – 4,2  | 7,4   |
| Єгипет – 3,0   | -22,7   | В'єтнам – 2,7  | -33,7   |
| Сирія – 2,6  | -23,8   | Румунія – 1,1  | 37,8  |

Соціально-економічний розвиток є найскладнішим і найбільш своєрідним з-серед життєвих процесів, але він безсумнівно належить до життєвих явищ і зберігає всі їхні суттєві ознаки. А будь-яке пізнання життя у сучасній науці обов'язково ґрунтується на ідеї пристосування. Усе технічне життя суспільства можна розглядати як його соціально-економічне пристосування до зовнішнього середовища, оскільки суспільство виробляє прийоми і способи захисту від нього та дії на нього в інтересах людей.

В економічній діяльності кожна частина суспільства – економіка загалом, галузь виробництва, підприємство, окремий член підприємства – пристосовується до соціально-економічного середовища. Для економічної науки, як і для інших наук, основною і найбільш загальною тенденцією досліджуваних нею явищ є тенденція пристосування, а основний і найбільш загальний з-серед її абстрактних законів – це закон пристосування. Але в контексті економічної науки він набуває більш часткової та специфічної форми. Тут не йдеться про пристосування взагалі, а про активне соціально-економічне пристосування.

На цьому принципі від початку ґрунтується будь-який абстрактний аналіз економічних процесів, а також будь-яка основана на цьому аналізі дедукція. Так, вся теорія зовнішньої торгівлі зводиться до питання про те, як і за яких умов може пристосуватися до ринкової економіки, а через неї – до економічної системи загалом. Вчення про відсоткову ставку як основу попиту на гроші може бути чітко і остаточно доведено тільки

тоді, коли буде з'ясовано і встановлено, що пристосовуваність у зовнішньоторговельних відносинах вимагає отримання середнього прибутку і порушується настільки, наскільки фактична величина прибутку не відповідає його середній величині.

Аби ясно розуміти принцип соціально-економічного пристосування і правильно ним користуватися, потрібно постійно враховувати не тільки його позитивний, а й негативний бік, адже пристосування з'являється не само по собі, а є реакцією на непристосованість, яка водночас є його передумовою; соціально-економічний механізм усуває її і цим створює пристосування. Наприклад, зростання імпорту в Україні обумовлене непристосованістю вітчизняних виробників до умов ведення господарської діяльності, які історично склалися в умовах загострення конкурентної боротьби. Оскільки стихійна сила конкуренції руйнує все, що не пристосоване до неї, необхідність пристосування до нових умов конкуренції проявляється у розширенні потреб внутрішнього ринку за рахунок імпортозаміщення – збільшення національного виробництва продукції або стимулювання експортного потенціалу, щоб не змінювати попит на імпорт.

Технологічні нововведення зумовлюються існуванням цієї непристосованості і є одним з механізмів її послідовного усунення; тобто непристосованість є причиною для нововведень, а нововведення є одним зі шляхів усунення непристосованості. Загальна або часткова непристосованість завжди є передумовою та стимулом для розвитку. Принцип пристосування є логічною передумовою дедуктивного аналізу, оскільки висновки стосовно розвитку певних форм і відмирання інших форм є результатом дослідження пристосованості або непристосованості цих форм до соціальних умов.

Однак є і такі суспільствознавчі школи, які цілком погоджуються з ідеєю пристосування, але тлумачать її у помилковий спосіб, не враховуючи її специфіку з погляду на характер об'єкта суспільних наук. Соціологи-дарвіністи прирівнюють конкуренцію в економіці до біологічної конкуренції і намагаються не стільки пояснювати її, скільки виправдовувати її законом виживання. Соціологи-органіцисти, навпаки, надто перебільшуючи органічну єдність соціальної системи, прирівнюють її до високо диференційованого організму і "пояснюють" її устрій та життя через порівняння різних функцій та частин суспільства з функціями та частинами живого організму. У таких спосіб вони обґрунтовують і виправдовують насамперед вузьку спеціалізацію всередині суспільства. Загалом принцип пристосування доцільно застосовувати для економічних досліджень лише у контексті соціально-трудої діяльності людей.

Спроби застосування суб'єктивно-психологічного методу в економічних дослідженнях нерідко ґрунтуються на елементі свідомості, притаманному соціально-економічним діям і відносинам людей, що беруть участь у виробництві, розподілі, обміні. Способи і умови встановлення економічних відносин людини тоді вивчаються з погляду на психологічний фактор. Ці методи здебільшого ґрунтуються на вченні про прибуток. Подібні методи є цілком безплідними, оскільки вони не оперують тими умовами, які фактично визначають економічні тенденції, і тому взагалі не придатні ані для передбачень, ані для практичних дій.

Задачі економічної науки полягають у пізнавальному оволодінні її об'єктом – соціально-економічними відносинами людей, в отриманні можливості передбачення їхніх тенденцій і цілеспрямованої дії на них. Суб'єктивна діяльність свідомості зводиться до того, аби в межах ринкових відносин і кон'юнктурних коливань якомога скоріше і вигідніше продати товар або послугу і якомога дешевше купити їх, тобто якомога краще пристосуватися до об'єктивних відносин ринку. А будь-який «суб'єктивний» аналіз економічних процесів, навіть найбільш тонкий і вправний, взагалі не здатен передбачити їхні об'єктивні результати, які залежать від об'єктивних умов. Подібний аналіз належить не до галузі економічних досліджень, яка займається вивченням реального розвитку соціально-економічних процесів і форм, а до галузі їх індивідуально-психологічного відображення. Отже, економічна наука може досягати своєї мети, тобто пізнавального оволодіння своїм предметом, тільки як наука історична, об'єктивна і соціальна за своїм методом.

#### Список використаної літератури:

1. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. - 960 с.
2. Риккардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное. / Д. Риккардо – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
3. Слуцкий Е.Е. Экономические и статистические произведения. Избранное. / Е.Е. Слуцкий – М.: Эксмо, 2010. – 1152 с.
4. Бем-Баверк О. Избранные труды о ценности, проценте и капитале. / О. Бем-Баверк – М.: Эксмо, 2009. – 912 с.
5. История экономических учений / Под ред. В.Автономова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 784 с.
6. Милль Дж.С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Дж.С. Милль. – М.: Эксмо, 2007. – 1040 с.
7. Бартенев С.А. История экономических учений. / С.А. Бартенев – М.: Магистр, 2011. – 478 с.
8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
9. Шторх А. Курс политической экономии, или изложение начал, обуславливающих народное благоденствие. Размышления о природе национального дохода / А. Шторх. – М.: Издательский дом "Экономическая газета", 2008. – 1120 с.



10. Мизес Л. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории / Л. Мизес. – Челябинск: Социум, 2008. – 878 с.
11. Уэрта де Сото Х. Деньги, банковский кредит и экономические циклы / Х. Уэрта де Сото. – Челябинск: Социум, 2008. – 663 с.
12. Бем-Баверк О. Капитал и прибыль / О. Бем-Баверк. – Челябинск: Социум, 2010. – 916 с.
13. История экономических учений / под. ред. А.С.Квасова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 495 с.
14. Цвайнерт Й. История экономической мысли в России. 1805-1905. / Й. Цвайнерт – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 410 с.
15. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок / Ф. Хайек. – Челябинск: Социум, 2011. – 394 с.
16. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер. – Челябинск: Социум, 2010. – 272 с.
17. Хелд Д. Глобальные трансформации: Политика, экономика, культура / Д. Хелд. – М.: Праксис, 2004. – 576 с.
18. Бек У. Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирно-политическая экономия / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция; Издательский дом “Территория будущего”, 2007. – 464 с.
19. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев. – М.: Экономика, 1989. – 526 с.
20. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал / Дж.Р. Хикс. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с.
21. Леонтьев В. Экономические эссе. Теория, исследования, факты и политика / В. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1990. – 415 с.
22. Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл. - Т. I. – М.: Прогресс, 1993. – 415 с.; Т. II – М.: Прогресс, 1993. – 310 с.; Т. III. – М.: Прогресс, 1993. – 351 с.
23. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / Дж.М. Кейнс. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.

**Ключевые слова:** экономический закон, экономическая категория, рынок, цена, методы анализа, эластичность, “условия” торговли.

**Ключові слова:** економічний закон, економічна категорія, ринок, ціна, методи аналізу, еластичність, “умови” торгівлі.

**Keywords:** economic law, economic category, market, price, methods of analysis, elasticity, the "conditions" of trade.

## IMPLEMENTATION OF INNOVATION STRATEGIES IN ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP ON THE EXAMPLE OF ACTIVITIES OF THE REGIONAL CENTRE FOR INNOVATION AND TECHNOLOGY TRANSFER IN KIELCE

**Grochal W.**, Doctor of Engineering Director for Science and Development at RCITT in Kielce  
**Juszczyk A.**, Doctor of History

**Grochal W., Juszczyk A. Implementation of innovation strategies in Świętokrzyskie voivodeship on the example of activities of the regional centre for innovation and technology transfer in Kielce.** The article describes different views on innovation, including the views of J. A. Schumpeter, considered the author of the innovation theory. It also presents documents governing the innovation activities at regional, national and EU levels. The major part of the article describes the innovation activities of the Regional Centre For Innovation And Technology Transfer in Kielce.

**Грохал У., Ющик А. Реализация инновационных стратегий в Свентокшиское воеводстве на примере деятельности регионального центра инноваций и передачи технологий в Кельце.** В статье описываются разные взгляды на инновации, в том числе мнения Й. Шумпетера, который считается автором теории инноваций. Также представлены документы, регулирующие инновационную деятельность на региональном, национальном и европейском уровнях. Основная часть статьи описывает инновационную деятельность Регионального центра по инновациям и трансферу технологий в Кельце.

**Грохал У., Ющик А. Реалізація інноваційних стратегій у Свентокшиское воеводстве на прикладі діяльності регіонального центру інновацій і передачі технологій в Кельце.** У статті описуються різні погляди на інновації, у тому числі думки Й. Шумпетера, який вважається автором теорії інновацій. Також представлені документи, регулюючі інноваційну діяльність на регіональному, національному і європейському рівнях. Основна частина статті описує інноваційну діяльність Регіонального центру по інноваціях і трансфері технологій в Кельце.