

Макимець О.В., к.е.н., доцент, Національний лісотехнічний університет України

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЛІСОВОЇ ТА ДЕРЕВООБРОБНОЇ ГАЛУЗЕЙ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ДЕРЕВИННОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

Розглядаються існуючі методики оцінки та аналізу зовнішньої торгівлі галузі. Систематизовані підходи до оцінювання конкурентних і порівняльних переваг галузі у міжнародній торгівлі. Представлено систему показників, які доцільно використовувати для оцінювання та аналізу конкурентних переваг галузевих підприємств у міжнародній торгівлі деревинною продукцією.

Ключові слова: міжнародна торгівля, конкурентні переваги, деревинна продукція, лісова та деревообробна галузі.

The existing methodic to assessment and analysis of international trade in wood-related industry products are examined. The approaches to evaluation of competitive and comparative advantages are systematized. The system of indexes for evaluation and analysis of competitive advantages of branch enterprises in foreign trade in wood products is proposed.

Актуальність дослідження. Оцінювання конкурентних переваг є актуальним для будь-якої галузі, зважаючи на жорсткі умови функціонування та боротьбу за фінансові ресурси. Все більше уваги надається вивченню конкурентних переваг не тільки на рівні окремого підприємства, але і на рівні регіону та країни в цілому. Найменш дослідженими залишаються проблеми конкурентних переваг галузей (особливо з точки зору міжнародної торгівлі).

Методи дослідження. Методологічною основою виконаного дослідження стали класичні положення сучасної економічної теорії, теорії міжнародної торгівлі, теорії конкурентної переваги. Дослідження особливостей розвитку та узагальнення теоретичних і методологічних аспектів конкурентоспроможності галузі здійснювалось із застосування діалектичного методу наукового пізнання, методів систематизації та узагальнення, аналізу і синтезу.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних та методичних підходів до оцінювання конкурентних переваг галузі та формування системи показників, які доцільно використовувати для оцінювання та аналізу конкурентних переваг галузевих підприємств у міжнародній торгівлі деревинною продукцією.

Постановка завдання. Для досягнення мети необхідно вирішити такі завдання:

- узагальнити підходи до визначення основних елементів теорії конкурентних переваг;
- дослідити та уточнити понятійний апарат конкурентних переваг галузей з точки зору міжнародної торгівлі;
- систематизувати і доповнити показники для оцінювання конкурентних переваг галузевих підприємств у міжнародній торгівлі.

Результати дослідження. Досліджувана проблема є багатогранною, вирішенню якої присвячено наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, фахівців з управління конкурентоспроможністю промислових підприємств і галузей. Серед них такі вітчизняні та зарубіжні вчені: І. Ансофф, А. Аквіно, Г. Багієв, В. Базилевич, Б. Баллас, О. Білорус, Т. Вольєрас, П. Варр, Р. Вернон, А. Гальчинський, Б. Губський, І. Должанський, Т. Загорна, Ю. Іванов, П. Кругман, П. Ліндерт, Д. Лук'яненко, П. Орлов, І. Піддубний, М. Портер, К. Прахалад, Ю. Продіус, Дж. Річардсон, Р. Солоу, Л. Стеців, О. Тищенко, А. Філіпенко, Г. Хемел, Дж. Хікс, Дж. Хіллопен, О. Царенко, Л. Шевченко, Б. Шлюсарчик, А. Юданов та інші.

На сьогодні розроблено досить багато показників, які віддзеркалюють ефекти використання факторів виробництва конкретної галузі в окресленому періоді, що формують її конкурентні переваги. Ці ефекти визначаються багатьма чинниками, які свідчать про конкурентоспроможність галузі, зокрема обсягами і ефективністю праці, обсягами і ефективністю речового (майнового) капіталу, а також рівнем й ефективністю використання знань. Використання показників цього типу дозволяє оцінювати економічний стан конкретної галузі економіки.

Теоретичним аспектам визначення конкурентних переваг на різних рівнях присвячено досить багато праць і ми погоджуємося з висновками О.В. Царенко щодо того, що конкурентні переваги галузі є сукупністю, з одного боку, відносних характеристик галузі в цілому і підприємств, які її складають, а з іншого – зовнішніх факторів, які визначають здатність галузі ефективніше функціонувати на зовнішньому, внутрішньому і регіональних ринках країни в певний період часу в порівнянні з конкурентами [2].

Як справедливо зазначає Б. Шлюсарчик, аналіз міжнародної конкурентної переваги галузі потрібно проводити, використовуючи заходи і результати типу "країна – інші країни" з точки зору окремих галузей, підгалузей, груп товарів і продуктів [3].

Також слід погодитись із точкою зору О.В. Царенко, що «конкурентні переваги галузі є категорією відносною. Важливими є не самі показники, а те, як ці показники співвідносяться з динамікою показників конкурентів» [2]. З точки зору міжнародної торгівлі доцільно досліджувати окремі показники, які характеризують конкурентні переваги галузі однієї країни, співвідносяться із аналогічними показниками інших країн, регіонів, а також у світових масштабах.

Незважаючи на значну кількість робіт з оцінювання конкурентоспроможності та конкурентних переваг, переважна більшість з них стосується рівня країни або підприємства, натомість на галузевому рівні необхідні подальші дослідження. Також обмеженими є дослідження, які стосуються оцінювання конкурентних переваг галузевих підприємств у міжнародній торгівлі.

На основі аналізу робіт з оцінювання конкурентоспроможності та виявлення конкурентних переваг було систематизовано показники для оцінки та аналізу (табл. 1) [2–3; 7–8; 11–12].

На думку автора, показники, які визначають порівняльні та конкурентні переваги галузі в міжнародній торгівлі, доцільно розділити на дві групи.

До першої групи слід віднести показники, що дозволяють оцінити загальні тенденції у зовнішній торгівлі окремими видами галузевої продукції та зробити попередні висновки щодо її важливості та перспективності для країни. До другої групи показників відносимо ті, що дозволяють оцінити конкурентні і порівняльні переваги галузі у міжнародній торгівлі.

Таблиця 1. Система показників для оцінки та аналізу порівняльних і конкурентних переваг у міжнародній торгівлі галузевих підприємств.

Група	Види показників та їх характеристики
Загальні показники оцінки та аналізу зовнішньої торгівлі галузі	<ul style="list-style-type: none"> - динаміка експорту/ імпорту продукції галузі; - сальдо зовнішньої торгівлі та зовнішньоторговельний оборот продукції галузі; - частка експорту/імпорту продукції галузі у загальному обсязі експорту/імпорту (світові, загальноєвропейські або в порівнянні з іншими регіонами); - частка імпорту у споживанні продукції галузі; - частка експорту у виробництві продукції галузі; - індекс стану балансу зовнішньої торгівлі (покриття імпорту експортом) продукцією галузі; - індекс умов торгівлі продукцією галузі; - індекси гіпотетичного експорту, імпорту і торговельного балансу.
Показники для оцінки порівняльних та конкурентних переваг у міжнародній торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> - порівняльні показники динаміки експорту/імпорту, які вказують на скільки темпи приросту експорту/імпорту України відрізняються від аналогічного показника у світових (загальноєвропейських) масштабах; - порівняльні показники динаміки експортних/імпортних цін з урахуванням аналогічного показника у світових (загальноєвропейських) масштабах; - співвідношення цін на експортну продукцію галузі України та світових (європейських) цін; - показники подібності структур та структурних зрушень в експорті та імпорті продукції галузі; - показники, які ґрунтуються на методі постійної частки на ринку (Constant Market Share Analysis), що дозволяють оцінити вплив окремих факторів на динаміку експорту продукції галузі; - показник інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі (Intra-Industry Trade – ІІТ); - показники виявлених порівняльних переваг (Revealed Comparative Advantage – RCA); - індекс відносної важливості продукції галузі (індекс Мікаелі); - показники відносних експортної, імпортної і зовнішньоторговельної переваг (Relative Trade Advantage – RTA; Relative Export Advantage – RXA; Relative Import Advantage – RMA); - індекс відносної конкурентоспроможності (Relative Competitiveness – RC); - відносний показник обсягів реалізації на одного працюючого в галузі, який дає можливість оцінити обсяги торгівлі в цілому та на зовнішніх ринках в розрахунку на одного працюючого в порівнянні з аналогічними показниками в світі, Європі тощо.

Показники першої групи переважно є загальновідомими. Більш детального розгляду потребують, з точки зору автора, лише показники гіпотетичного експорту та імпорту. Ці показники були запропоновані А. Аквіно ще у 1978 році для збалансування загального обсягу зовнішньої торгівлі з подальшим використанням для оцінки інтенсивності внутрігалузевої торгівлі. Показник інтенсивності внутрігалузевої торгівлі, запропонований А. Аквіно, мав удосконалити підхід, що використовувався в показнику Грубеля-Ллойда. Детальніше кожен з показників буде розглянуто нижче. Отже, гіпотетичний обсяг експорту та імпорту для галузі можна розрахувати за такими формулами [4]:

$$X_i^e = \frac{X_i \cdot \sum (X_i + M_i)}{\sum X_i}, (1) \quad M_i^e = \frac{M_i \cdot \sum (X_i + M_i)}{\sum M_i}, (2)$$

де X_i – обсяг експорту i -го виду галузевої продукції;
 M_i – обсяг імпорту i -го виду галузевої продукції.

Перш за все, доцільно проаналізувати як відрізняється динаміка зовнішньої торгівлі галузевої продукцією України від тенденцій у світових (чи загальноєвропейських) масштабах. Це можна здійснити за допомогою порівняльних індексів динаміки, які визначаються як відношення темпів росту експорту/імпорту галузевої продукції України до темпів росту експорту/імпорту галузевої продукції в світі (чи Європі). Доцільно темпи росту визначати стосовно обсягів експорту/імпорту, виражених у натуральних показниках. Значення показника більше одиниці свідчить про те, що розвиток зовнішньої торгівлі галузевою продукцією України відбувається швидшими темпами, ніж в світі (Європі), а значення показника менше одиниці, навпаки – означатиме повільніший розвиток.

Показник, що дозволить оцінити розвиток експортних та імпорتنих цін на галузеву продукцію, в порівнянні з світовими та європейськими тенденціями, визначатиметься як відношення темпів росту експортних/імпорتنих цін на галузеву продукцію в Україні до темпів росту експортних/імпорتنих цін на галузеву продукцію в світі (чи Європі). Відповідно, значення показника більше одиниці свідчатиме, що експортні/імпорتنі ціни на галузеву продукцію України зростаються швидше, ніж в світі (Європі), і навпаки.

Представлений вище показник доцільно розглядати разом із оцінкою співвідношення цін на експортну продукцію галузі України та світових (європейських) цін. Тобто, важливо досліджувати не лише те, чи зовнішньоторговельні ціни на галузеву продукцію українських підприємств зростають швидше/повільніше від світових (європейських), але також чи ці ціни є більшими/меншими за світові (загальноєвропейські) ціни на аналогічну продукцію. Значення показника для експортних цін більше за одиницю свідчатиме про те, що українська продукція продається на зовнішніх ринках за цінами вище за світові (загальноєвропейські) і відповідно може бути менш конкурентоспроможною за ціною (за інших рівних умов). І навпаки, якщо значення показника для експортних цін є меншим за одиницю, то це означатиме, що українська продукція продається на зовнішніх ринках за нижчими цінами і відповідно може мати конкурентні переваги за ціною. Щодо імпорتنих цін, то при значенні показника більше одиниці, Україна буде у програді – адже купуватиме продукцію за цінами, що є більшими від загальносвітових (європейських), однак, якщо показник буде меншим за одиницю це свідчатиме про більш вигідне становище, оскільки продукція імпортуватиметься за цінами, що є меншими від загальносвітових (європейських).

Оцінити на скільки товарна структура експорту чи імпорту галузі відрізняється від світової (європейської) можна за допомогою коефіцієнтів подібності структур та коефіцієнта структурних зрушень К. Гатева.

Коефіцієнт подібності (схожості) структур експорту/імпорту галузі розраховується за формулою:

$$K_{\text{под.стр.}} = 1 - \frac{\sum w_{i,\text{укр}} - w_{i,\text{світ}}}{2}, \quad (3)$$

де $w_{i,\text{укр}}$ – частка i -го сегменту в українському експорті/імпорті галузі;

$w_{i,\text{світ}}$ – частка i -го сегменту в світовому експорті/імпорті галузі.

Також доцільно досліджувати подібність товарних структур експорту/ імпорту деревинної продукції України та Європи, для чого замість показника $w_{i,\text{світ}}$ у формулі (1) використати показник $w_{i,\text{євр}}$ (частка i -го сегменту в загальноєвропейському експорті / імпорті галузі).

Якщо структури однакові, то $K_{\text{под.стр.}} = 1$; якщо абсолютно протилежні, то $K_{\text{под.стр.}} = 0$. Чим більш схожі структури, тим більше значення $K_{\text{под.стр.}}$.

Для оцінювання структурних розбіжностей в динаміці можна використати також коефіцієнт структурних зрушень (K_d) К. Гатева [1]:

$$K_d = \sqrt{\frac{\sum (V_1 - V_0)^2}{\sum (V_1^2 + V_0^2)}}, \quad (4)$$

де V_1 і V_0 – частки окремих сегментів галузі в експорті/відповідно у звітному та базовому періодах.

Цей показник дорівнюватиме нулю, якщо порівнювані структури залишилися незмінними; він дорівнюватиме одиниці, якщо ці структури повністю змінилися.

Для того, щоб оцінити вплив окремих факторів на динаміку експорту продукції галузі використовують показники, які ґрунтуються на методі постійної частки на ринку (Constant Market Share Analysis). Методика CMS ґрунтується на порівнянні фактичного експорту галузевих підприємств України з вартістю гіпотетичного експорту з припущенням, що частка на ринку окремої країни-партнера залишатиметься незмінною [8]. Різниця цих двох значень експорту асоціюється з ефектами структурних характеристик експорту галузевої продукції України. Цей структурний ефект може в подальшому ще поділитись на ефекти складу товарної структури та ринкового призначення, а залишки представляють ефект інших факторів конкурентоспроможності при поясненні втрати або зростання ринкової частки [10].

В загальному вигляді формула для оцінки впливу окремих факторів на основі методу постійної частки на ринку може бути представлена таким чином [7]:

$$(X^2 - X^1) - r \cdot X^1 = \underbrace{\sum_i \sum_j (r_{ij} - r) X_{ij}^1}_{\text{Структурний ефект}} + \underbrace{\sum_i \sum_j [X_{ij}^2 - (1 + r_{ij}) X_{ij}^1]}_{\text{Ефект конкурентоспроможності}}, \quad (5)$$

де X^1 , X^2 – вартість експорту усіх видів деревинної продукції з України відповідно у базовому та звітному періодах;

X_{ij}^1 , X_{ij}^2 – вартість експорту i -го виду деревинної продукції галузі на ринок країни j відповідно у базовому та звітному періодах;

r – темп росту світового експорту усіх видів деревинної продукції за досліджуваний період;

r_{ij} – темп росту світового експорту i -го виду деревинної продукції на ринок країни j за досліджуваний період.

Структурний ефект відображає вплив складу товарної структури та ринкового призначення на зміни в обсягах експорту деревинної продукції з України. Формулу (3) можна відповідно представити таким чином [7]:

$$\underbrace{\sum_i (r_i^1 - r) X_i^1}_{\text{Ефект складу товарної структури}} + \underbrace{\sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) X_{ij}^1}_{\text{Ефект ринкового призначення}} + \underbrace{\sum_i \sum_j [X_{ij}^2 - (1 + r_{ij}) X_{ij}^1]}_{\text{Ефект конкурентоспроможності}} \quad (6)$$

де X_i^1 – вартість експорту i -го виду деревинної продукції галузі відповідно у базовому періоді; r_i – темп росту світового експорту i -го виду деревинної продукції за досліджуваній період.

Ефект складу товарної структури вказує чи Україна експортує переважно види продукції, попит на які зростає швидше або повільніше, ніж в середньому у світі. Якщо значення даної складової є додатнім, то це означає, що Україна експортує види деревинної продукції, темпи росту продажу яких є вищими, ніж в середньому на світових ринках. І навпаки, якщо значення є від'ємним, то це свідчить, що Україна експортує продукцію з повільнішими темпами росту обсягів продажу.

Ефект ринкового призначення вказує чи Україна переважно експортує до країн з темпами росту попиту на деревинну продукцію вищими, ніж в середньому у світі, чи ні. Відповідно значення даної частини є позитивним, якщо Україна експортує до країн з темпами росту попиту на деревинну продукцію вищими, ніж в середньому у світі.

Ефект конкурентоспроможності вказує на різницю між фактичними і гіпотетичними обсягами експорту деревинної продукції з України за умови, що ринкова частка українського експорту деревинної продукції залишатиметься незмінною для кожного окремого виду деревинної продукції на кожному окремому ринку. Дана складова рівняння вимірює, який обсяг експорту Україна набула чи втратила внаслідок зміни ринкової частки через конкуренцію з боку інших експортерів.

На наступному етапі оцінювання конкурентних і порівняльних переваг визначаємо показники інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі (Intra-Industry Trade – ІІТ). Слід зазначити, що внутрігалузева торгівля (intra-industry trade – ІІТ) має місце при одночасних експортних та імпорتنних потоках певного виду товару, що належить одному галузевому сектору. Вона асоціюється із зовнішньою торгівлею диференційованих товарів. Міжгалузева торгівля (inter-industry trade) пов'язана із обміном товарами, що не належать одному сектору.

Розрахунок показників для оцінки внутрігалузевої (міжгалузевої) торгівлі відображає наявність чи відсутність відносної переваги у зовнішній торгівлі країни за умови, якщо ці показники розглядаються в контексті порівняння із іншими країнами та товарами (товарними групами). Вважається, що внутрішньогалузева торгівля створює додаткові вигоди для країн порівняно з міжгалузевою торгівлею у вигляді зростаючої віддачі від масштабу для більш швидкого економічного розвитку і збільшення прибутку для всіх учасників.

Ступінь інтенсивності внутрішньогалузевої торгівлі товарами можна виміряти за допомогою індексу Грубеля-Ллойда (G-L) [8]:

$$I_{G-L} = \frac{\sum (X_i + M_i) - \sum |X_i - M_i|}{\sum (X_i + M_i)} \cdot 100 = \left[1 - \frac{\sum |X_i - M_i|}{\sum (X_i + M_i)} \right] \cdot 100 \quad (7)$$

де X_i , M_i – відповідно обсяги експорту та імпорту сектору i досліджуваної галузі.

Чим вищим є значення показника, тим більшою є частка внутрішньогалузевої торгівлі. Індекс може набувати значення від 0, що означає повну відсутність внутрішньогалузевої торгівлі, до 100, що є свідченням повністю інтегрованої торгівлі виробничою продукцією.

Емпіричні дослідження вказують на доцільність запровадження обмеження на рівні 10% для перекриття торговельних потоків. Це означає, що якщо менший потік (експорт чи імпорт) представляє щонайменше 10% більшого потоку (експорт чи імпорт), то таке перекриття вважається внутрішньогалузевою торгівлею. Нижче цієї межі перекриття торговельних потоків не може вважатись суттєвим і відтак такі потоки вважаються міжгалузевим обміном.

Для визначення відносної важливості товару i у термінах зовнішньої торгівлі ним для країни j застосовують індекс Мікаелі (Michaely index) [9]:

$$IM_{ij} = \frac{1}{2} \left(\frac{X_{ij}}{\sum X_{ij}} + \frac{M_{ij}}{\sum M_{ij}} \right) \quad (8)$$

Значення індексу знаходиться в межах від 0 до 1 і, чим ближче наближається до одиниці, тим більш важливим є товар для зовнішньої торгівлі досліджуваної країни. Навпаки, чим ближче показник наближається до нуля, тим менш вагомим є вплив товару на зовнішню торгівлю країни. Сума усіх показників для аналізованої країни дорівнює одиниці ($\sum IM_{ij} = 1$).

Найбільш розповсюдженим інструментом для емпіричного аналізу зовнішньоторгівельної спеціалізації країни та оцінки переваг є індекс виявлених порівняльних переваг (Revealed Comparative Advantage), який називають індексом Баласса [5]; [6]:

$$B = \frac{X_{ij} / X_{rj}}{X_{is} / X_{rs}}, \quad (9)$$

де X_{ij} – обсяг експорту товару (або товарної групи) i країни j ;

X_{rj} – загальний обсяг експорту країни j ;

X_{is} – обсяги експорту товару (або товарної групи) i усіма країнами світу;

X_{rs} – загальний обсяг світового експорту.

Даний індекс вказує на те, яким є співвідношення частки експорту досліджуваної галузі у загальному обсязі експорту аналізованої країни до частки експорту галузі в загальному обсязі світового експорту (чи в об'єднанні країн, наприклад, ЄС, СНД тощо).

Якщо значення індексу є більшим за 1, то тоді порівняльна перевага вважається виявленою, тобто сектор чи галузь в цілому є відносно більш спеціалізованою стосовно експорту. Дослідження показують, що згідно індексу Баласса, порівняльну перевагу країни певному товару (групі товарів) можна поділити на чотири типи (табл. 1) [5].

Таблиця 1. Тракткування порівняльної переваги країни у продукції галузі за допомогою індексу Баласса.

Значення індексу	Зміст обмежень індексу
$0 < B \leq 1$	Відсутність відносної переваги в експорті продукції галузі
$1 < B \leq 2$	Слабка порівняльна перевага в експорті продукції галузі
$2 < B \leq 4$	Суттєва порівняльна перевага в експорті продукції галузі
$4 < B$	Сильна порівняльна перевага в експорті продукції галузі

Відносна порівняльна перевага може визначатись як на глобальному рівні, так і на регіональному чи суб-регіональному рівнях або ж обмежуватись лише аналізом торгівлі між двома країнами.

Для того, щоб визначити, чи є індекс Баласса репрезентативним і відповідно чи може він застосовуватись для вивчення порівняльної переваги країни у певному товарі (товарній групі) використовують індекс Хілмана [9]:

$$HI = \frac{1 - \frac{x_{ij}}{x_{rj}}}{\frac{x_{ij}}{x_{is}} \left(1 - \frac{x_{is}}{x_{rs}} \right)}, \quad (10)$$

Даний індекс вказує на те, чи зростання рівня експорту певного товару аналізованої країни призводять до відповідного зростання індексу Баласса. Якщо індекс Хілмана є більшим за одиницю, то індекс Баласса може використовуватись як індикатор порівняльної переваги країни у певному товарі (групі товарів).

Ще одним підходом, який розкриває більш детально відносні переваги у торгівлі певними видами продукції, є показники, запропоновані Т. Вольрасом [11]. Він запропонував розділяти відносну перевагу при експорті, відносну перевагу (або ще її визначаються як залежність) при імпорті, а також відносні переваги у зовнішній торгівлі у певних видах товарів (групах товарів).

Відносна зовнішньоторговельна перевага галузі таким чином може бути виражена як різниця відносної експортної та імпортної переваг [11]:

$$RTA = RXA - RMA. \quad (11)$$

Відповідно відносна експортна перевага галузі визначається подібно до індексу Баласса, однак пропонує підхід до уникнення подвійного врахування обсягів експорту продукції галузі та досліджуваної країни [11]:

$$RXA = \frac{X_{ij} / X_{rj}}{(X_{is} - X_{ij}) / (X_{rs} - X_{rj})}. \quad (12)$$

Відносна імпортна залежність розраховується таким чином [11]:

$$RMA = \frac{M_{ij} / M_{rj}}{(M_{is} - M_{ij}) / (M_{rs} - M_{rj})}, \quad (13)$$

де M_{ij} – обсяг імпорту i -ої продукції галузі країни j ;

M_{rj} – загальний обсяг імпорту країни j ;

M_{is} – обсяги імпорту i -ої продукції усіма країнами світу;

M_{rs} – загальний обсяг світового імпорту.

Отримані результати розрахунків необхідно порівнювати з одиницею: якщо індекс є більшим за одиницю, то країна має відносні переваги щодо експорту (імпорту) продукції окремої галузі і навпаки, якщо показник є меншим за одиницю, то країна не має переваг щодо експорту (імпорту).

Країна матиме відносні переваги у зовнішній торгівлі продукцією галузі, якщо значення RTA буде позитивним, тобто більшим нуля; і навпаки, негативне значення показника буде свідченням відсутності переваг у зовнішній торгівлі для країни продукцією галузі.

Для кращої порівняльності та узгодженості результатів розрахунків запропонованих індексів показники відносної експортної переваги та імпортної переваги логарифмують [12]:

$$\ln RXA = \ln \left[\frac{X_{ij} / X_{rj}}{(X_{is} - X_{ij}) / (X_{rs} - X_{rj})} \right] \quad (14) \quad \ln RMA = \ln \left[\frac{M_{ij} / M_{rj}}{(M_{is} - M_{ij}) / (M_{rs} - M_{rj})} \right] \quad (15)$$

Логарифмовані показники відносних експортної та імпортної переваг використовують для розрахунку показника відносної конкурентоспроможності країни при торгівлі певним видом товару (товарної групи) [12]:

$$\ln RCA = \ln RXA - \ln RMA. \quad (16)$$

Аналогічно до показника відносної зовнішньоторговельної переваги значення індексу відносної конкурентоспроможності може бути більшим або меншим нуля. Логарифмування необхідне також при подальшій оцінці впливу різних факторів з використанням підходів регресійного аналізу.

Висновки. В статті були вивчені підходи до оцінювання конкурентних і порівняльних переваг у зовнішній торгівлі та запропоновано систему показників для оцінювання їх на галузевому рівні. Було виявлено, що традиційне розуміння порівняльної переваги усе більше поступається місцем на користь конкурентної переваги. Порівняльна перевага є результатом здатності галузі конкретної країни створювати окреслений продукт більш ефективно, ніж галузі, що функціонують в інших країнах, результатом чого є певні напрями експортної й імпортної спеціалізації.

Разом з тим, конкурентна перевага є ефектом кращої компетенції у сфері дослідження ринків. Вона дає можливість поставити питання про те, коли і як працювати в даній країні, або на яких фазах процесу виробництва і обігу підприємства галузі повинні сконцентрувати свої ресурси, щоб досягти оптимального прибутку в конкурентній боротьбі.

Використання представлених підходів до оцінювання переваг у міжнародній торгівлі деревинною продукцією уможливить виявлення пріоритетних секторів і дозволить краще управляти зовнішньоторговельною діяльністю галузевих підприємств.

Література

1. Ефимова М.Р., Бычкова С.Г. Социальная статистика: Учеб. пособие / Под ред. М.Р. Ефимовой. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 560 с.
2. Царенко О. В. Методологічні аспекти формування конкурентних переваг галузі / О. Царенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 3. – С. 40–44.
3. Шлюсарчик Б. Конкурентні переваги на основі пропозиції в теорії міжнародної торгівлі. Б. Шлюсарчик // Академічний огляд. – 2002. – №1. – С.10–16.
4. Aquino A. Intra-industry trade and inter-industry specialisation as concurrent sources of international trade in manufactures / A. Aquino // Review of World Economics (Weltwirtschaftliches Archiv). – 1978. – Vol. 114. – Issue 2. – P. 275-296.
5. Balassa, B. Trade Liberalization and 'Revealed Comparative Advantage' / B. Balassa // The Manchester School. – 1965. – No. 33. – P. 99-123
6. Balassa B. Intra-industry specialisation in a multi-country and multi-industry framework / B. Balassa, L. Bauwens // Economic Journal. – 1987 – Vol. 97. – P. 923-939
7. Bowen H. US export competitiveness: 1962–77. / H. Bowen, J. Pelzman // Applied economics. – 1984. – No. 16. – P. 461–473.
8. Grimwade N. International Trade: New Patterns of Trade, Production & Investment / N. Grimwade. – London: Routledge, 2000. – 424 p.
9. Hinloopen, J. On the Empirical Distribution of the Balassa Index / J. Hinloopen, C. Van Marrewijk // Review of World Economics (Weltwirtschaftliches Archiv). – 2001. – Vol. 137 – Issue 1. – P. 1-35
10. Richardson, J. D. Constant-market-shares analysis of export growth / J.D. Richardson // Journal of International Economics. – 1971. – No. 1. – P. 227–39.
11. Vollrath T. A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage / T. Vollrath // Review of World Economics (Weltwirtschaftliches Archiv). – 1991. – Vol. 127. – Issue 2. – P. 265-279
12. Warr, P. Comparative and Competitive Advantage/ P. Warr // Asia-Pacific Economic Literature. – 1994. – Vol. 8. – Issue 2. – P. 1-14