

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
АДМІНІСТРУВАННЯ**

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В
ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 12-441 групи
Спеціальності 292 Міжнародні
економічні відносини
Освітньо-професійної програми
Міжнародні економічні відносини
Цхай Рита Олександрівна

Керівник: к.е.н. ст. викладач
Чмут А. В.
Рецензент співвласник групи
компаній «Kaissa oil»
Гавренкова В.В.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	6
1.1 Сутність поняття конкурентна перевага та конструювання її економічної категорії	6
1.2. Методичні засади оцінки конкурентних переваг регіонів.....	11
РОЗДІЛ 2 ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ	15
2.1 Потенціал виробництва харчових продуктів в Херсонській області	15
2.2 Аналіз зовнішньоторговельної діяльності Херсонської області	19
2.3. Сучасні тенденції розвитку світової торгівлі.....	23
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ ..	27
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36
ДОДАТКИ	38

ВСТУП

Актуальність теми. Конкуренентоспроможність є комплексним багатогранним поняттям. В умовах сьогодення світова економіка зазнає якісних змін, пов'язаних з глобалізацією, нерівномірним розвитком, посиленням конкуренції між країнами та регіонами в умовах, коли ринок визнається цивілізаційною цінністю, сила та могутність будь-якої держави все більше визначається конкурентоспроможністю її регіонів. Тому в даний час особливий інтерес представляє саме регіональна конкурентоспроможність. Враховуючи активну участь регіонів України у зовнішній торгівлі важливим є оцінка їх конкурентоспроможності з урахуванням напрямку спеціалізації. Херсонська область посідає вагомим місце при виробництві та експорті харчової продукції, відповідно тема оцінки конкурентних переваг області при здійсненні зовнішньоторгівельної діяльності товарами продовольчої групи є актуальною.

Питання різновидів та способів формування конкурентних переваг вже було досліджено в працях зарубіжних та вітчизняних науковців: М. Портера, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Пятницької, В. Маркової, А. Войчака, А. Зубрицького та ін

Метою наукової роботи є дослідження конкурентних переваг Херсонської області в зовнішній торгівлі товарами продовольчої групи.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі **завдання дослідження:**

- дослідити сутність поняття «конкурентна перевага»;
- здійснити конструювання економічної категорії «конкурентна перевага» на основі узагальнення сучасних теоретичних підходів;
- дослідити методичні засади оцінки конкурентних переваг регіонів;

- дослідити потенціал виробництва в Херсонській області харчових продуктів;

- проаналізувати зовнішньоторговельну діяльність області;

- запропонувати підходи до оцінки конкурентних переваг області.

Об’єктом дослідження є міжнародна торгівля Херсонської області товарами продовольчої групи

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні засади виявлення конкурентних переваг регіонів.

Для досягнення мети і вирішення поставлених завдань використано наступні **методи** дослідження: монографічний – для розкриття сутності конкурентної переваги; системного аналізу – при формуванні теоретичних узагальнень, конструюванні економічної категорії «конкурентна перевага» та формуванні висновків; математичної статистики – для опрацювання масиву показників виробництва області та зовнішньої торгівлі; графічний – для наочної ілюстрації та схематичного представлення досліджуваних явищ і процесів..

Основні положення, що формують наукову **новизну дослідження**, полягають у тому, що:

- набули подальшого розвитку підходи до формулювання сутності дефініції «конкурентна перевага» на основі методики конструювання понять;

- набули подальшого розвитку теоретико-методичні підходи до оцінки конкурентних переваг регіону у зовнішній торгівлі.

Апробація результатів дослідження була здійснена на V Усеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах», (Херсон, 26-27 березня 2020р.) та IV Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів», (Херсон, 17-18 жовтня 2019р.).

Загальна характеристика роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (20 найменувань) та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

1.1. Сутність поняття конкурентна перевага та конструювання її економічної категорії

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств та регіону є необхідною передумовою їх ефективного функціонування в умовах постійних змін та мінливого ринкового середовища. Формування та розвиток конкурентних переваг, що сприяють реалізації обраної регіоном стратегії конкуренції є невід'ємною складовою економічного успіху регіону. З огляду на вищезазначене, очевидною стає необхідність досліджень пов'язаних із становленням конкурентних переваг. Так як розвиток будь-якої науки неможливий без якісного теоретичного та методичного забезпечення науково-дослідної діяльності, важливою складовою наукового пізнання дійсності є формування понять і категорій, які відображають сутність явищ.

З метою визначення сутності поняття «конкурентні переваги» передусім необхідно дослідити його історію. На сьогодні, у науковців немає одностайної думки щодо сутності поняття «конкурентні переваги регіону». Також недостатньо вивченим є питання того, як змінилися основні джерела формування конкурентних переваг у ХХІ ст.

Залежно від того на чому науковець акцентує увагу під час дослідження та розкриття сутності поняття, різняться й підходи до визначення терміну «конкурентні переваги регіону». Проведений аналіз та систематизація великої кількості дефініцій дали можливість виокремити не менш, ніж сім підходів до розкриття сутності поняття «конкурентні переваги», які наведені в табл.1.1.

Конкурентні переваги є відносними, а не абсолютними, адже оцінюються шляхом порівняння широкого спектру характеристик, які впливають на економічну ефективність підприємства чи регіону.

Таблиця 1.1

Основні підходи до розкриття сутності поняття «конкурентні переваги»

Назва підходу	На чому зроблений акцент
Факторно-результативний	Акцент зроблено на результатх/ефектах, що отримуються завдяки певній сукупності та якості факторів
Компетентнісний	Увага сконцентрована на основних носіях конкурентних переваг – ресурсах та ключових компетенціях.
Ціннісно-орієнтований	Вага надається ціннісним властивостям субєкта, що дозволяє йому мати переваги над конкурентами
Маркетинговий	Конкурентні переваги суб'єкта фактично пов'язуються з конкурентоспроможністю його товару
Ресурсний	Підкреслюється домінуюча важливість ресурсів у процесі конкуренції, які практично і є цими перевагами
Процесний	Конкурентні переваги розглядають як певний процес, що здійснює підприємство в умовах змінного конкурентного середовища
Потенціальний	Увага акцентується на конкурентоспроможності потенціалу

Джерело: складено автором на основі [1]

Скориставшись спеціальним додатком Google [2] який дозволяє проаналізувати вміст майже 8120 тис. книг, можемо зіставити уживаність понять «конкурентні переваги» («competitive advantage») та «порівняльні конкурентні переваги» («comparative advantage»). Відповідно можна зробити висновок, що поняття «порівняльні конкурентні переваги» вживається науковцями частіше (Додаток А).

Підходи до розуміння сутності «конкурентні переваги» не мають однозначного трактування, а отже вимагають певного переосмислення. З метою конструювання поняття «конкурентні переваги регіону», з урахуванням попереднього досвіду дослідження цього поняття, використаємо запропонований Старостіною А. алгоритм, метою якого є дослідження вже наявних точок зору та конструювання власного поняття [3].

Відповідно до запропонованого алгоритму на першому етапі необхідно скласти перелік визначень поняття в існуючій світовій та вітчизняній літературі (Додаток Б).

На другому етапі розкладемо поняття на три складові: суть явища, зміст явища, результат явища (табл.1.2).

Таблиця 1.2

Структура категорії «конкурентні переваги» з позиції різних авторів

Джерело	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
1	2	3	4
М.Портер	Сукупність факторів та продуктивність використання ресурсів	що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції	Результати проявляються або в менших, ніж у конкурента витратах, або у спроможності вимірювати й контролювати додану вартість
А. Томпсон, А.Дж.Стрікленд	Споживчі властивості товару, досвід і знання		Результатом є прибутковість підприємства
Г.Азоєв А.Челенков	Концентроване виявлення переваг	У різних сферах: економічній, організаційній, технічній сферах діяльності, які можна виміряти економічними показниками	Результатом є ті переваги, які визначили покупці, а не ті, які підприємство вважає перевагами
І.Труніна	Переваги товару, послуги, підприємства в цілому у порівнянні з конкурентами	В основі яких лежить специфічний досвід роботи і навички, професіоналізм персоналу підприємства	Як результат, стають основою конкурентної бізнес-стратегії підприємства
В. Голік	Концентрований прояв переваги над конкурентами		
К.Слін	Сукупність факторів	Які дозволяють отримати певний економічний ефект	Що збільшує або стабілізує прибуток підприємства
Л.Балабанова Р.Фатхутдінов	Ексклюзивна цінність		Дає перевагу над конкурентами
Ф. Котлер	Переваги	Які досягаються підприємством шляхом розробки пропозицій	Що задовольняють потреби цільових споживачів
О. Анісімова	Усі позитивні чинники	Які забезпечують конкурентоспроможність та приведені в рух	І зафіксовані далі в результаті реального споживчого попиту

Продовження таблиці 1.2.

1	2	3	4
В. Маркова С. Кузнєцова	Унікальні осяжні та неосяжні ресурси; стратегічно важливі сфери бізнесу для підприємства		Дозволяють додати сили конкуренції та залучити покупців
А. Наливайко	Оцінені та підтверджені ринком «козири»	Формуються виходячи з основних аналітичних характеристик конкурентного контексту, і зводяться до розміщення ресурсів підприємства в такий спосіб, щоб різні етапи виробничо-комерційного ланцюга формування вартості	Були збалансовані та ефективно доповнювали один одного, забезпечуючи загальний синергійний ефект
Е.Хулей Дж.Сондерс	Комбінація наявного виробничого потенціалу, з минулим досвідом та сформованим іміджем	Сприяє виготовленню конкурентноспроможної продукції	Суб'єкт господарювання здатен забезпечити своє функціонування в довгостроковій перспективі
В.Павлова	Діяльність підприємства	Яка пов'язана зі зміцненням ринкової позиції, пристосуванням видів його діяльності до обраної стратегії, вибором політики відносин до конкурентів, швидкою реакцією на зміни в конкурентному середовищі	

Джерело: власні дослідження автора на основі [1,4,5]

Загалом було проаналізовано 13 визначень запропонованих дослідниками в наукових працях в різні роки. При дослідженні поняття не брались до уваги ті, які містяться в літературі публіцистичного характеру та інтернет-сторінках.

Представлена таблиця дає можливість розділити визначення поняття на три складові, що допомагає на наступному етапі дослідження виявити спільні риси у представлених визначеннях та з'ясувати їх відмінності. Це дасть змогу виявити особливості точок зору авторів. Сутність поняття «конкурентні переваги» з позиції різних авторів представлені в табл.1.3.

За результатами проведеного аналізу більшість авторів сутність поняття «конкурентні переваги» вбачають у тому, що це є сукупністю певних факторів та переваг підприємства; рідше конкурентні переваги трактуються лише виключно як ресурс, яким володіє суб'єкт. Розуміння

поняття з позиції лише процесного або ціннісного підходу є також таким, що звужує сенс поняття та має місце у визначеннях не всіх вчених. Проте ці два підходи є важливим доповненням, адже основні джерела формування конкурентних переваг у 21ст. змінилися.

Таблиця 1.3

Погляди науковців на суть поняття «конкурентні переваги»

Автор	Сукупність факторів	Переваги	Цінності	Ресурси	Потенціал	Діяльність
М. Портер	+					
А.Томпсон/ А.Стрікленд	+					
Г. Азоєв		+				
І. Труніна	+	+				
В. Голік		+				
К. Єлін	+					
Л.Балабанова			+			
Ф. Котлер		+				
О. Анісімова	+					
В. Маркова				+		
А. Наливайко		+				
Е. Хулей					+	
А. Зозульов						+
В. Павлова						+

Джерело: власні дослідження автора

З огляду на проведений аналіз сформуємо наступну структуру поняття «конкурентні переваги» рис. 1.1

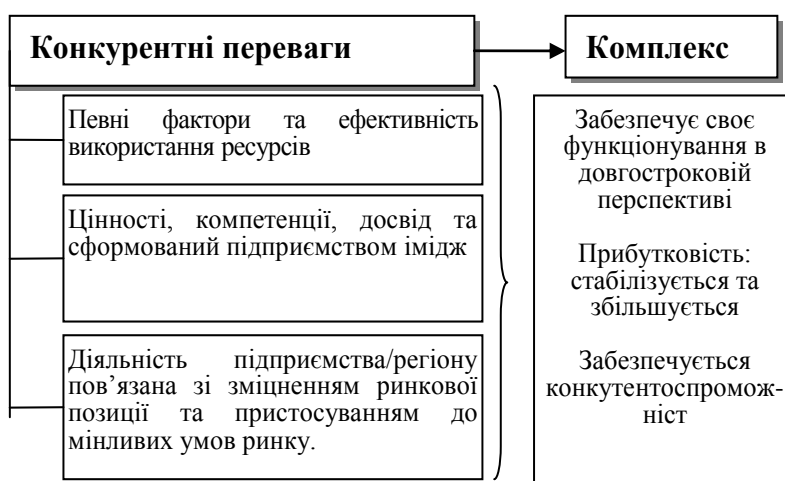


Рис. 1.1. Формування авторського тлумачення поняття «конкурентні переваги»

Джерело: авторська розробка

Таким чином на основі проведеного дослідження сформуємо власне визначення конкурентних переваг. Конкурентні переваги – це комплекс певних факторів, цінностей, ресурсів, якими володіє підприємство/регіон та діяльність щодо ефективного їх використання, пов’язана зі довгостроковим зміцненням своєї позиції на ринку та пристосуванням до мінливих умов ринку середовища.

1.2. Методичні засади оцінки конкурентних переваг регіонів

В умовах посилення глобалізації зовнішня торгівля країни та кожного з її регіонів стає одним з ключових факторів розвитку економіки. Теорія світової торгівлі виходить з передумови, що структура товарообміну між країнами залежить від наявності порівняльних конкурентних переваг – країни спеціалізуються і експортують ті товари, у виробництві яких є ці переваги, і імпортують ті товари, в яких такими перевагами володіють інші країни. Незважаючи на впливовість і важливість теорії порівняльних переваг для економічної думки її практичне застосування для виявлення галузей, що мають порівняльні переваги сильно обмежена.

Прямий кількісний вимір цих переваг ще більш ускладнений тим, що вони залежать від великого числа змінних, деякі з яких не піддаються спостереженню. Виходом в цій ситуації є застосування методології виявлених порівняльних переваг (revealed comparative advantage, RCA), що отримала розвиток з середини 20 століття. Теорія порівняльних переваг оперує наступної логічною послідовністю, зображеною на рис. 2.1.

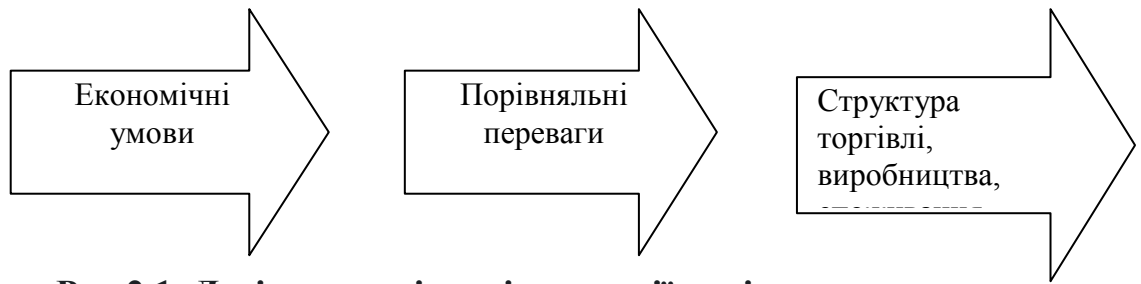


Рис.2.1. Логічна послідовність теорії порівняльних переваг

Джерело: узагальнено автором

Методологія виявлення порівняльних переваг, спираючись на цю послідовність, підходить до неї у зворотному порядку. Шляхом аналізу структури зовнішньої торгівлі країн вона дозволяє виявити галузі, у яких та чи інша країна має порівняльні переваги. Це стало можливим багато в чому завдяки збільшенню накопичених статистичних даних про розвиток світової торгівлі і вдосконаленню методів їх обробки.

Один з перших способів вимірювання порівняльних переваг був запропонований Ліснером (H.Liesner) у його роботі, присвяченій дослідженню торгівлі Великобританії з країнами Європейського спільного ринку. Для визначення галузей, що мають порівняльні переваги, він запропонував використовувати індекс, виражений через відношення експорту окремого товару даної країни до сумарного експорту цього товару з групи країн:

$$RXA_{1ij} = \frac{X_{ij}}{\sum_i X_{ij}}, \quad (1)$$

де X - експорт, i - країна, j - товар або галузь промисловості.

Цей показник дозволяє ранжувати країни по їх частці в експорті окремих галузей, проте він не дає можливості розмежувати які з цих країн мають порівняльні переваги в досліджуваній галузі, а які ні. З цим завданням дозволив впоратися індекс, який запропонував угорський економіст Балашші.

У вітчизняній економічній літературі, особливо в навчальній, цей індекс розглядається в якості основного показника, який характеризує міжнародну спеціалізацію країн, але він носить іншу назву – коефіцієнт відносної експортної спеціалізації. При цьому методика обчислення залишилася такою ж, як спочатку пропонував Балашші [7, 10]:

$$RCA2_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_i X_{ij}}{\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_i X_{ij}}, \quad (2)$$

RCA2 виражений через відношення частки експорту товару j в загальному експорті країни i до частки експорту цього товару з групи країн до загального експорту цієї групи. Значення індексу варіюється від нуля до нескінченності. При значеннях вище одиниці країна має спеціалізацію і має порівняльні переваги в цій галузі, а значення від 0 до 1 свідчать про відсутності порівняльних переваг. Одиниця, таким чином, є нейтральним значенням, тобто рівень спеціалізації країни в окремій галузі збігається із загальним рівнем з досліджуваної групи країн.

Надалі для збільшення можливості інтерпретації значень зазначеного показника в дослідженні Хінлупена і Марревійка про динаміку порівняльних переваг китайської економіки було запропоновано розділити значення на 4 групи [10]: $0 < RCA2 < 1$ - відсутність порівняльних переваг; $1 < RCA2 < 2$ - слабкі порівняльні переваги; $2 < RCA2 < 4$ - середні порівняльні переваги; $4 < RCA2$ - сильні порівняльні переваги

У процесі розширення застосування запропонованого показника в дослідженнях інших економістів проявився ряд його недоліків і формула розрахунку індексу Балашші багато разів переглядалася і удосконалилася, що створило ціле сімейство показників виявлених порівняльних переваг.

Основним недоліком, на який у першу чергу звертається увага, є асиметричний розподіл відносно одиниці як нейтрального значення. Розподіл, який не є нормальним, негативно впливає особливо у випадках дослідження спеціалізації країн у динаміці за певний період.

Ще одним підходом, який розкриває більш детально відносні переваги у торгівлі певними видами продукції, є показники, запропоновані

Т. Вольрасом. Він запропонував виразити відносну зовнішньоторговельну перевагу галузі як різницю відносної експортної та імпоротної переваг[8]:

$$RTA = RXA - RMA \quad (3)$$

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

РОЗДІЛ 2

ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ

2.1. Потенціал виробництва харчових продуктів в Херсонській області

Область розташована на півдні України в Причорноморській низині, в степовій зоні, на нижній течії Дніпра. Омивається Чорним і Азовським морями, а також Сивашем (Гнилим морем) та Каховським водосховищем. Клімат помірно-континентальний, посушливий. Середньорічні температури: літня $+22,4^{\circ}\text{C}$, зимова $-2,1^{\circ}\text{C}$. Максимальна літня температура $+40^{\circ}\text{C}$, зимова $-31,5^{\circ}\text{C}$. Тривалість без морозного періоду в середньому 179 днів на рік. Середньорічна кількість опадів від 300 до 420 мм. Вегетативний період триває 200 днів. На півночі Херсонщини здебільш мають місце південні чорноземи з лесовим підґрунтям. На півдні вони переходять в темно-каштанові і каштанові ґрунти, які розташовані іноді разом з солонцями. Для узбережжя Чорного та Азовського морів характерні солонці та солончаки.

Херсонщина межує на сході - з Запорізькою, на північному заході - з Миколаївською, на півночі - з Дніпропетровською областями, на півдні по Сивашу і Перекопському перешийку - з Автономною Республікою Крим. По території області проходить державний кордон протяжністю 458 км, в тому числі 350 км по Чорному і 108 км по Азовському морям. На кордоні розташовано 4 пункти пропуску: авіа, річковий порт, морські порти м. Херсона і Скадовська [15].

При проведенні економіко-статистичного аналізу даних про земельні фонди вивчають її розмір, структуру розподілу по видам угідь, а також динаміку в часі. Основні дані по розподілу земель зазначені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Посівні площі основних сільськогосподарських культур, тис.га.

Культури	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Зернові культури	772,7	782,4	664,6	739,5	711,8
Соняшник	319,0	284,7	378,4	350,6	337,4
Картопля	24,2	23,5	23,6	24,4	23,9
Культури овочеві	42,7	40,2	40,3	40,4	40,3

Джерело: складено автором на основі [11, 14]

При аналізі даної таблиці видно, що в 2019р. в порівнянні з 2015р. площа земель під зерновими культурами зменшилася на 7,9 %, під соняшником збільшилася – на 5,8%. Процца під овочами залишилась майже незмінною. Найбільшу долю від загальної становлять землі під соняшник та зернові.

Таблиця 2.2.

Виробництво основних сільськогосподарських культур, тис.тон

Культури	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Зернові та зернобобові (у вазі після доробки)	2156,3	2621,9	2262,4	2545,1	2267,1
- в тому числі: кукурудза на зерно	83,8	193,4	106,8	117,5	88,3
Соняшник на зерно	271,3	486,4	613	499,2	552,8
Овочі (відкритого та закритого ґрунту) - всього	1285,4	1251,4	1278,2	1268,9	1316,9
Плоди та ягоди	75,2	64,6	57,2	66,2	73,5

Джерело: упорядковано на основі [11, 14]

Аналізуючи таблицю 2.2. можна побачити такі зміни: виробництво зернових збільшилось на 34,5 %, соняшнику - на 54,9 %, овочів – на 13,4 %. Виробництво плодів і ягід зменшилось на 2,2%.

Основні напрямки виробництва в галузі рослинництва складають: вирощування зернових, вирощування насіння соняшнику, вирощування овочів.

Для того, щоб визначити товарну спеціалізацію Херсонської області, використовується формула коефіцієнта спеціалізації. Основний показник експортної спеціалізації - структура виробленої продукції.

Рівень спеціалізації експорту визначаємо за часткою вартості експортуємої продукції головних (головної) галузей у загальній вартості його експортованої продукції.

Тож за розрахунком коефіцієнта спеціалізації можна виділити наступні рівні: поглиблена спеціалізація (не менш 0,63); висока спеціалізація (0,51...0,62); середня спеціалізація (0,35...0,50); не достатня спеціалізація (менш 0,35).

Таблиця 2.3

Спеціалізація сільськогосподарського виробництва Херсонської області

	2018				2019			
	млн.грн	% до підсумку	№	Pi (2i-1)	млн.грн	% до підсумку	№	Pi (2i-1)
Всього	3286,9	100			3474,1	100		
Продукція рослинництва:	2261,3	68,80			2474,1	71,22		
зернові культури	663,5	20,19	2	60,55	685,1	19,72	2	59,16
технічні культури	440	13,39	4	93,70	536,3	15,44	3	77,18
картопля овочі, баштани	915,4	27,85	1	27,84	1105,9	31,83	1	31,8
плодовоягідні та виноград	199,7	6,08	6	66,83	70,5	2,03	6	22,3
Продукція тваринництва:	1025,6	31,20			1005,2	28,93		
Худоба та птиця	516	15,70	3	78,49	497,8	14,33	4	100,30
молоко	376,1	11,44	5	102,9	372,4	10,72	5	96,47
яйця	76,3	2,32	7	30,17	79,7	2,29	7	29,82
вовна	0,9	0,03	8	0,410	0,8	0,02	8	0,34

Джерело: упорядковано на основі [11, 13, 14]

Відповідно до наших даних коефіцієнт спеціалізації в 2015 році дорівнював 0,22, а в 2016 році – 0,24. Тобто Херсонська область має недостатню спеціалізацію, хоча більша доля в виробництві продукції належить продукції рослинництва. З них найбільша доля належить зерновим технічним культурам та овочам.

Проаналізувати, яке місце займає Херсонська область серед усіх 24 областей України у валовому зборі основних продуктів рослинництва допоможе таблиця 2.7

Таблиця 2.4

**Місце Херсонської області з виробництва валової продукції
рослинництва**

	Роки		
	2016	2018	2019
Зернові та зернобобові	12	14	13
Соняшник	12	10	12
Овочі	2	1	1

Джерело: упорядковано на основі [12]

Аналізуючи таблицю 2.4 можна зробити висновок, що серед зазначених категорій Херсонщина входить в першу десятку. Найвигіднішу позицію вона займає по виробництву овочів. За останні аналізовані два роки займала перше місце за валовим збором овочів.

Варто зазначити, що виробництво валової продукції сільського господарства на одну особу збільшилось з 2903 грн. в 2015 році до 3102 грн. в 2016 році. Цей показник є одним з найбільших по Україні.

Продуктивність праці по сільськогосподарським підприємствам є також однією з найвищих по Україні.

2.2. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності Херсонської області

В умовах розвитку процесів глобалізації світового господарства посилюється роль зовнішньоторговельних відносин країни та її окремих регіонів. Міжнародна торгівля є формою міжнародних економічних відносин та складовою конкурентоспроможності національної економіки. Зовнішня торгівля товарами продовольчої групи через фінансово-економічні механізми здатна забезпечити ефективність аграрного виробництва, доповнювати та підтримувати стабільність агропродовольчого ринку.

Важливим джерелом інформації з приводу зовнішньої торгівлі регіонів України та Херсонської області зокрема є статистичні дані щодо експорту та імпорту продовольчих товарів, їх географічної представленості на зовнішніх ринках.

Зовнішньоекономічні операції, які скріплюються зовнішньоторговельними угодами, – це експортно-імпортні операції, які мають матеріально-речову форму.

Херсонська область має значний потенціал в сфері зовнішньоторгівельної діяльності. В першу чергу це зумовлено сприятливими природо-кліматичними умовами, які дозволяють розвивати в широких масштабах сільськогосподарське виробництво. Також в регіоні присутній значний логістичний потенціал (міжнародний аеропорт, морські та річкові торгові та вантажні порти, залізничні та автомобільні шляхи). Зовнішньоторгівельні операції проводяться з більше ніж 100 країнами світу.

За інформацією Головного управління статистики у Херсонській області, у 2019 р. експорт товарів становив 269,9 млн.дол. США, імпорт – 328,4 млн.дол. Порівняно з 2018 р. експорт зменшився на 6,6% (на 19,2

млн.дол.), імпорту зріс у 1,6 раза (на 126,0 млн.дол.). Від’ємне сальдо становило 58,5 млн.дол. (у 2018 р. сальдо було позитивне – 86,8 млн.дол.).

Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 0,8 (у 2018 році – 1,4).

Як видно з рис.2.1., найбільші обсяги експортних поставок здійснювалися до Туреччини – 17,9%, Нідерландів – 6,0%, Білорусь – 6,0%, Польща – 5,9%, Російська Федерація – 4,3%. Експорт товарів до країн Європейського Союзу становив 36,1% від загального обсягу експорту та збільшився порівняно з 2017 р. на 7,7%.

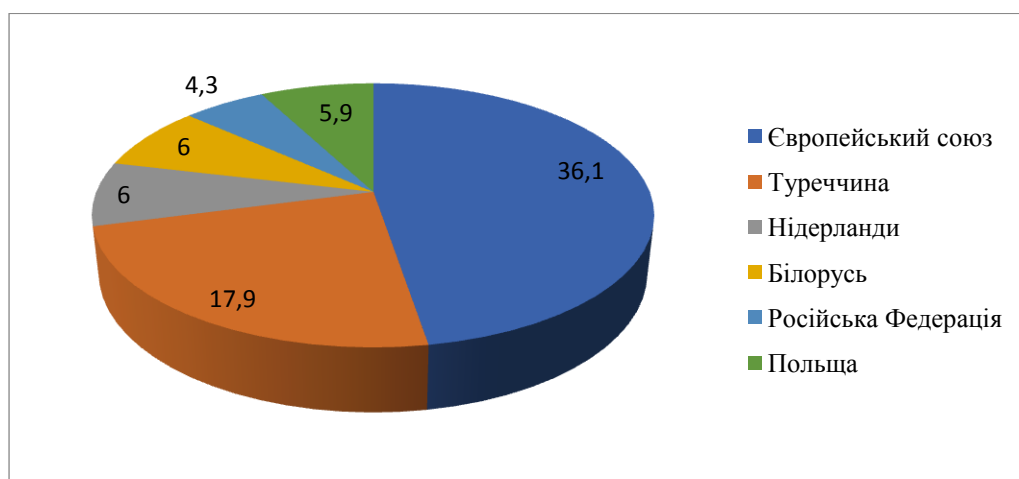


Рис.2.1. Географічна структура експорту Херсонської області в 2019 році.

Джерело: складено на основі [14]

У товарній структурі експорту Херсонської області переважають продукти рослинного походження, готові харчові продукти, а також недорогочінні метали та вироби з них (рис.2.2.). Очевидно, що регіон йде екстенсивним шляхом розвитку, адже в експорті домінують не товари з високою доданою вартістю, а сировина та напівфабрикати.

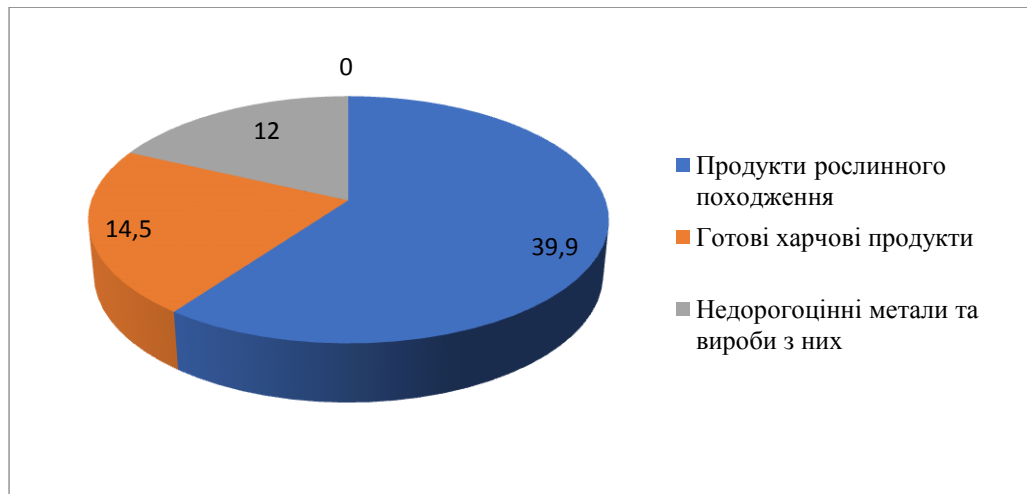


Рис.2.2. Товарна структура експорту Херсонської області в 2019 році.

Джерело: складено на основі [14]

Найбільші обсяги імпорتنих поставок надходили з таких країн, як Китай – 30,4% , Данія – 15,7%, Туреччина – 9,9%, США – 4,9% (рис.2.3). Імпорт товарів із країн Європейського Союзу становив 139,2 млн.дол., або 42,4% від загального обсягу, та збільшився проти 2017 р. на 36,7%.

У товарній структурі імпорту у 2018 році переважали механічне та електричне обладнання – 53,3% від загального обсягу; полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – 8,6%; продукція хімічної та пов'язаної з нею галузей – 8,1% [14].

Найбільшими експортерами харчових продуктів є наступні підприємства харчової промисловості Херсонської області: ПАТ «ДІМ Марочних коньяків «Таврія», ПрАТ «Чумак», ТОВ «Данон Дніпро», ПАТ «Цюрупинське», ТОВ «ВВВВ», ТОВ «Херсонська кондитерська фабрика» [18]. Основні показники розвитку зовнішньої торгівлі товарами продовольчої групи в 2016-2017 р.р. в Херсонській області наведені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5.

**Основні показники розвитку зовнішньої торгівлі товарами
продовольчої групи в 2018-2019 р.р. в Херсонській області.**

Група товарів	Експорт, тис дол. США		Імпорт, тис дол. США		ЗТ оборот, тис дол. США		Сальдо, тис дол. США	
	2018р.	2019 р.	2018р	2019р	2018р.	2019 р.	2018р.	2019 р.
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	12689,2	14219,8	2635	5091,3	15324,2	19311,1	10054,2	9128,5
II. Продукти рослинного походження	97004,6	106023,9	3732,9	4585,7	100737,5	110609,6	93271,7	101438
III. Жири тваринного або рослинного походження	19494,5	20529	13,5	84,6	19508	20613,6	19481	20444,4
IV. Готові харчові продукти	39357,6	40736,9	8555,4	6217,3	47913	46954,2	30802,2	34519,6

Джерело: упорядковано на основі [16]

Відповідно до даних представлених в таблиці 2.8. можна зробити висновки, що експорт першої групи товарів зріс за аналізований період на 12%, другої – на 93%, третьої – на 5,3%, четвертої – на 3,5%. Стосовно імпорту, то у аналізованому періоді щодо першої групи товарів він зріс майже в два рази, показники другої групи зросли на 22,8%, в п'ять разів збільшився імпорт третьої групи. В той же час імпорт четвертої групи товарів знизився на 27,3%. Аналізуючи показники зовнішньоторгівельного обороту в зазначений період, то він зріс по усім групах крім четвертої – «Готові харчові продукти».

Зовнішньоторговельне сальдо для усіх аналізованих груп продуктів в аналізований період було позитивним.

Причинами суттєвого зменшення імпорту готових харчових продуктів є зниження купівельної спроможності населення України, скорочення потреби у високотехнологічному імпорті, викликані девальваційними процесами, посиленням протекціоністських заходів.

Однією з ключових задач, що стоїть перед підприємствами-експортерами харчових продуктів є підвищення якості своєї продукції у відповідності до міжнародних стандартів та забезпечення її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Для ефективної роботи на зовнішніх ринках експортерам необхідно враховувати вимоги зовнішнього середовища: особливості чинного законодавства, міжнародні правила, соціально-культурне середовище, звичаї, правила валютно-фінансових розрахунків, політику та ін. [19].

Разом з тим потребує регулювання механізм зовнішньоекономічних зв'язків на рівні держави й окремих її регіонів, який наразі є не досконалим, а митно-тарифне регулювання вимагає всебічного дослідження і аналізу.

2.3. Сучасні тенденції розвитку світової торгівлі

На сучасному етапі розвитку міжнародної торгівлі необхідно розглядати її в нових умовах, умовах глобалізації. У цьому разі міжнародна торгівля виступає як система мікро- й макrorівнів, адже вона включає постачальників, споживачів, уряд країн та міжнародні організації [4].

Суттєвими факторами, що впливають на міжнародну торгівлю в умовах глобалізації, є науковотехнічна революція (НТР) та науково-технічний

прогрес (НТП). Розглянемо тенденції розвитку міжнародної торгівлі під впливом цих факторів:

1) Ідеї, інформація та знання стають предметом купівлі-продажу, набуваючи різних форм у процесі створення, поширення та переміщення. Велика частина вартості сучасного товару залежить від обсягу інновацій, досліджень та сервісного обслуговування. Найбільша вартість інновацій припадає на США. Значна частина вартості сучасних компаній складається не стільки з матеріальних складових частин, скільки з нематеріальних (вартість бренду, витрати на інновації, просування тощо). Інформація має свою вартість для бізнесу, адже вона знижує невизначеність в економічних рішеннях; впливає на поведінку людей, що також має економічні наслідки; іноді інформація сама володіє власною ринковою вартістю [2]. Пояснення першої причини відомо з 1950-х років. Воно було обґрунтовано в математичній теорії прийняття рішень. Саме скороченню невизначеності ми приділимо основну увагу, адже воно є найбільш актуальним для звичайних умов. Вартість інформації, що впливає на поведінку людей, просто дорівнює вартості різниці в їх поведінці. Якщо вимір результатів діяльності дає зростання продуктивності праці 20%, то грошовий вираз зростання продуктивності є вартістю вимірювання. Якщо ж вартість інформації є її ринковою вартістю, то перед нами постає проблема ринкового прогнозу, що нічим не відрізняється від оцінювання продажів будь-якого іншого продукту. Однак найчастіше в бізнесі роблять виміри тому, що вони хоча б частково пов'язані з прийняттям рішень [3].

2) Розвиток мережевих технологій привів до появи нового класу валют, а саме Bitcoin та її похідних. Вони мають велику кількість переваг порівняно з більшістю доступних платежів. До них належать такі:

- неможливість стрибку емісії неможлива; держава або центральний банк не зможуть надрукувати додаткову грошову масу, знецінюючи валюту;
- щоб використовувати Bitcoin, не потрібно їх довіряти посереднику, зокрема банку, біржі, афілійованій системі, що володіє системою «електронних грошей» (Webmoney, Yandex гроші, PayPal тощо);
- система працює за технологією “peer-to-peer”, тобто працездатність мережі забезпечують усі користувачі мережі одночасно, вони ж є рівними, немає більш «головних», «перших», що автоматично унеможлиблює заборону з різних мотивів на переказ грошей; Bitcoin – це розподілена система, тобто, немає ніякого єдиного центру або організатора системи, на якого держава може натиснути силовими методами; – відносно висока швидкість роботи транзакцій, можливість заплатити комісію та провести платіж швидше або провести безкоштовно, але необхідно чекати кілька днів; – для створення рахунку не потрібен паспорт і не потрібно нікуди йти; – рахунок в Bitcoin не можна заблокувати або заарештувати, також не можна відмовити в обслуговуванні окремим особистостям; – необмежені транзакції, система працює в усьому світі, де є Інтернет, а також ігнорує будь-які кордони та заборони.

3) Сучасний Інтернет змінює відносини між споживачем, виробником і продавцем, виводить їх на більш якісний рівень. Якщо раніше найважливішими критеріями ефективності товару були ціна та якість, то зараз усе більшого значення набуває задоволеність індивідуалізованих потреб, тобто міжнародний товар повинен бути адаптованим, налаштованим, поставленим таким чином, щоби максимально відповідати запитам глобальних споживачів. На сьогодні суттєво збільшуються вимоги до сервісних послуг. Для компаній сервісні послуги та послуги індивідуалізації стають суттєвим джерелом прибутку.

4) Відбувається висока інтеграція між економіками різних країн. Це може привести до розширення наслідків форс-мажорних ситуацій. Сьогодні вплив епідемії вірусу COVID-19, яка розпочалася в Китаї, можна відчутти практично в будь-якій країні світу. Протягом наступного півріччя світова економіка буде перебувати в нестабільному стані у зв'язку із заходами з боротьби з пандемією, зокрема обмеженнями виробництва та споживання, вільного пересування світом. Карантинні заходи в умовах пандемії COVID19 негативно відбилися на налагоджених глобальних ланцюжках поставки, що буде сприяти глобальній тенденції переходу від вільної зовнішньої торгівлі до політики протекціонізму. Вже зараз провідні світові компанії замислюються на трансформацією своєї стратегії щодо оптимізації ланцюжка поставок і локалізації виробництва з максимальною доданою вартістю. Поширення вірусної інфекції дасть змогу низці країн змінити міграційну політику.. Обмеження вплинуть на мобільність робочої сили, а зростаючий рівень безробіття не буде сприяти зростанню заробітних плат.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ У ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ

Херсонська область належить агропромислових регіонів. Тому в структурі регіонального продукту продукція агропромислового виробництва Херсонщини займає суттєве місце.

Для оцінки переваг регіону у зовнішній торгівлі пропонується застосувати поетапний підхід до аналізу який включає наступну послідовність (рис.3.1)

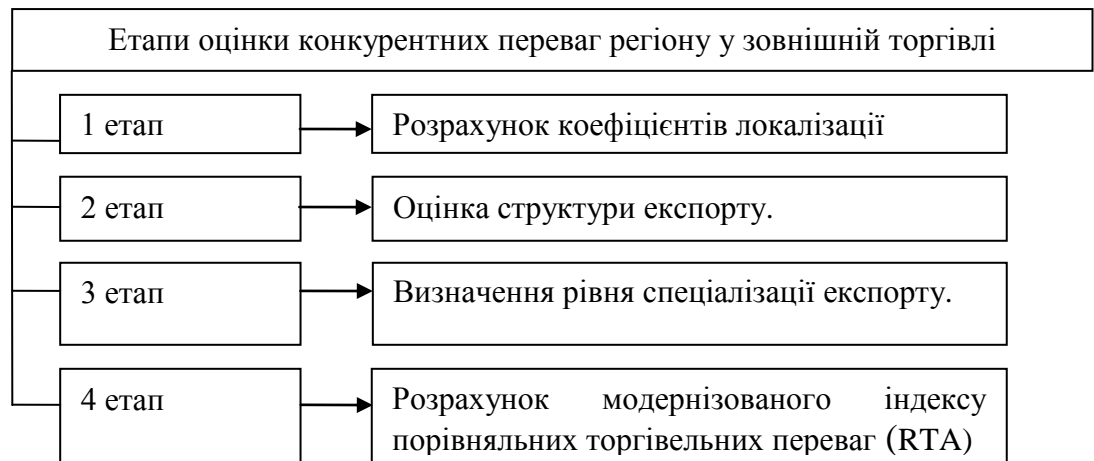


Рис.3.1 Етапи оцінки конкурентних переваг регіону у зовнішній торгівлі

Джерело: власна розробка автора

Оцінити експортоорієнтованість Херсонської області можливо на основі розрахунку коефіцієнтів локалізації. У відповідності із існуючими класичними теоріями зовнішньої торгівлі експортоорієнтованою є територія, що має високі показники обсягів виробництва, зайнятості, продуктивності праці, іноземних інвестицій і інвестицій в основний капітал. Розрізняють коефіцієнти локалізації зайнятості, інвестицій в основний капітал, продуктивності праці, іноземних інвестицій, обсягів виробництва.

Коефіцієнт локалізації виробництва галузі в регіоні визначається за формулою:

$$K_{ЛВ} = \frac{q_{ir}}{Q_r} / \frac{q_i}{Q} \quad (4)$$

де q_{ir} – обсяг випуску i -ої галузі в регіоні r ; q_i – загальний випуск i -тої галузі в країні; Q_r – обсяг валового випуску в регіоні r ; Q – обсяг валового випуску в країні

За такою самою схемою розраховуються і інші коефіцієнти.

Так, якщо значення коефіцієнта локалізації більше 1,25, то галузь є експортоорієнтованою, якщо перебуває в проміжку від 0,75 до 1,25, то доцільно віднести її до числа імпортоорієнтованих, якщо значення коефіцієнтів локалізації менш 0,25, то це галузь використовується в масштабах регіону [20].

Проаналізувавши динаміку коефіцієнтів по Херсонській області, можна зробити висновки щодо перспективи росту показника експортоорієнтованості.

Основні коефіцієнти локалізації і їх динаміка для Херсонської області наведені в таблиці 1

Таблиця 3.1

Динаміка коефіцієнтів локалізації Херсонської області

Назва показника	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Коефіцієнт локалізації зайнятості	1,8	1,9	1,9
Коефіцієнт локалізації інвестицій в основний капітал	3,3	3,35	3,14
Коефіцієнт локалізації продуктивності праці	2,3	2,5	2,55
Коефіцієнт локалізації іноземних інвестицій	6,5	7,3	10,8
Коефіцієнт локалізації обсягів виробництва	2,35	2,5	2,68

Джерело: власні розрахунки

Дані коефіцієнти свідчать про те, що аграрна галузь Херсонської області є експортоорієнтованою.

Регіони конкурують всередині країни й у міжнародному просторі між собою за інвестиції й за розміщення найбільш перспективних бизнесов на своїй території. Тому дослідження конкурентоспроможності Херсонської області в порівнянні з іншими областями України є важливим при формуванні експортної стратегії. Порівнявши коефіцієнти локалізації Херсонської області з іншими областями (рис. 1), видно, що область є однією з лідуєчих.

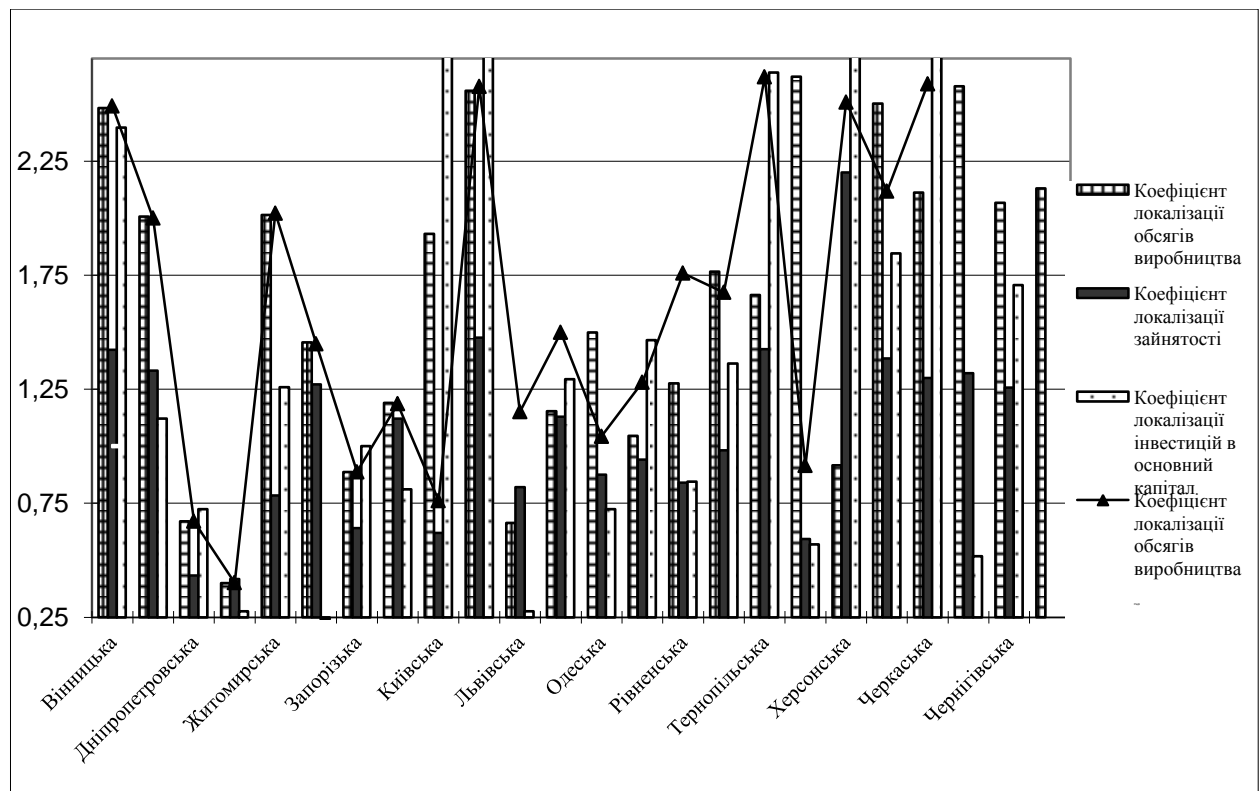


Рис.3.2 Коефіцієнти локалізації деяких областей України

Наступним етапом є оцінка структури експорту області

Для того, щоб визначити товарну експортну спеціалізацію Херсонської області, використовується формула коефіцієнта спеціалізації. Основний показник експортної спеціалізації-структура експортованої продукції.

Рівень спеціалізації експорту визначаємо за часткою вартості експортуємої продукції головних (головної) галузей у загальній вартості його експортованої продукції. Рівень спеціалізації визначають за коефіцієнтом, розраховують за формулою:

$$K_c = \frac{100}{\sum Y_m * (2i - 1)} \quad (2)$$

Де K_c – коефіцієнт спеціалізації

Y_m – вага виду продукції, що вивчається в загальному обсязі всієї товарної продукції, %

i – порядковий номер даного виду продукції в загальному ранжованому ряду (перший ранг по найбільшому проценту)

Тож за розрахунком коефіцієнта експортної спеціалізації можна виділити наступні рівня: поглиблена спеціалізація (не менш 0,63); висока спеціалізація (0,51...0,62); середня спеціалізація (0,35...0,50); не достатня спеціалізація (менш 0,35).

Розрахунок коефіцієнту експортної спеціалізації для продовольчих товарів Херсонської області розрахований в Додатку В.

У 2019 році показник спеціалізації дорівнює 0,62, тобто високий. Найбільшу долю з експорту займають зернові культури, насіння та плоди олійних рослин, овочі.

Для оцінки конкурентоспроможності аграрного сектору Херсонської області порівняно з іншими областями України ми скористалися методикою розрахунку індексу виявленої порівняльної переваги РТА використовуючи статистичну інформацію щодо обсягів зовнішньої торгівлі країни окремими групами товарів та данні по областям.

Враховуючи, що більшість показників конкурентоспроможності базуються на інформації про обсяги зовнішньої торгівлі та призначені в основному для міжнародних порівнянь, їх можна використовувати також для визначення конкурентоспроможності окремих регіонів і розраховувати для окремого товару або групи. При розрахунку даного індексу РТА ми використали формулу (3), але модернізувавши її, застосували до внутрішнього ринку.

При розрахунку даного показника пропонуємо наступну формулу:

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij} \quad (5)$$

де RXA_{ij} – індекс відносної експортної конкурентоспроможності i -того товару у j -тій області;

RMP_{ij} – індекс відносної залежності від імпорту i -того товару у j -тій області.

Індекс RXA визначається як відношення частки області у експорті країни певного товару до частки даної області у експорті країни усіх інших товарів.

Якщо значення більше 1, то область має порівняльні конкурентні переваги, щодо експорту товару, що розглядається.

Індекс відносної залежності від імпорту (RMP) дуже подібний до RXA , з тією лише різницею, що тут до уваги береться імпорт. Якщо значення цього індексу є більшим від 1 то залежність від імпорту висока, тобто мають місце конкурентні невігоди, а якщо менше 1, то залежність від імпорту низька. Додатне значення показника RTA , вказує на відносні конкурентні переваги даного товару у зовнішній торгівлі, а від'ємне – на конкурентні невігоди.

Для оцінки конкурентоспроможності сільського господарства Херсонської області, були розраховані індекси відносних торгівельних переваг для окремих сільськогосподарських товарів та продуктів їх переробки, які є основними для експортної спеціалізації області. Обраний період 2017-2019р.р. дає змогу простежити динаміку змін у конкурентоспроможності окремих товарів.

Аналіз індексу RTA показав, що найбільш конкурентоспроможними в порівняння з іншими областями України є група товарів „Продукти рослинного походження”, „Жири та олії тваринного і рослинного походження”, „Готові харчові продукти”. З них найбільшу конкурентоспроможність мають: овочі та коренеплоди, насіння та плоди олійних рослин, та майже всі харчові продукти.

Таблиця 3.1

Розрахунок індексу RTA для Херсонської області

Всього	RMP			RXA			RTA		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	0,41	0,76	0,57	0,5	3,02	0,71	0,09	2,25	0,1
01 живі тварини	0,03	2,68	2,1	0,03	4,17	0,26	0,01	1,49	-1,8
02 м'ясо та харчові субпродукти	0	0	0	0,17	0,001	0	0,17	0,001	0,0
03 риба і ракоподібні	0,06	0,06	0,07	0,27	3,68	0	0,21	3,61	-0,1
04 молоко та молочні продукти, яйця; мед	3,25	3,7	2,91	0,6	3,87	0,78	-2,64	0,19	-2,1
05 інші продукти тваринного походження	0	0,147	1,11	1,6	0,63	0,22	1,6	0,48	-0,9
II. Продукти рослинного походження	8,8	4,51	4,283	7,92	44,17	4,31	-0,87	39,65	0,0
06 живі рослини та продукти квітництва	0,47	0,33	0,73	0	14,82	7,71	-0,47	14,4	7,0
07 овочі, коренеплоди	14,04	20,98	2,91	13,773	78,56	5,64	-0,26	57,58	2,7
08 їстівні плоди та горіхи; цитрусові	14,7	7,67	7,21	3,51	38,9	3,45	-11,2	31,23	-3,8
09 кава, чай, прянощі	0,94	0,7	0,57	1,56	39,16	1,18	0,62	38,46	0,6
10 зернові культури	13,4	6,19	7,41	5,86	28,45	3,22	-7,54	22,26	-4,2
11 продукція борошномельно- круп'яної промисловості	13,4	0,78	3,75	0,93	3,2	0,043	-12,53	2,411	-3,7
12 насіння і плоди олійних рослин	0,7	1,18	1,58	23,24	226,3	19,74	22,51	225,12	18,2
13 камеді, смоли	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
14 інші продукти рослинного походження	0	0	0	3,27	10,25	5,83	3,27	10,25	5,8
III. Жири та олії твар. або росл. походження	0	0,024	0,005	2,31	79,88	2,23	2,3	79,86	2,2

Продовження таблиці 3.1.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
IV. Готові харчові продукти	0,73	0,9	1,19	3,25	29,17	3,06	2,52	28,27	1,9
16 продукти з м'яса, риби	0	0	0	0	6,89	0,32	0	6,89	0,3
17 цукор і кондитери з цукру	0	0,01	0	0,68	8,5	1,017	0,68	8,49	1,0
18 какао та продукти з нього	0	0	0	5,15	38,27	4,34	5,15	38,27	4,3
19 продукти із зернових культур	0	0	0,57	3,15	18,04	1,424	3,14	18,04	0,9
20 продукти переробки овочів, плодів	12,5	7,245	1,77	4,02	30,54	2,95	-8,48	23,29	1,2
21 різні харчові продукти	0,15	0,24	0,014	10,08	207,5	13,56	9,92	207,3	13,6
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	0	3,54	8,92	0,99	11,48	1,4	0,99	7,94	-7,5
23 залишки і відходи харчової промисловості	0,02	0	0,012	4,2	51,33	6,19	4,17	51,33	6,2
Всього-продовольчі товари	2,5	1,5	1,6	4,1	37,2	3,3	1,6	35,7	1,7

Джерело : власні розрахунки автора

Стосовно зернових культур варто зазначити, що вони також є досить конкурентоспроможними, особливо це видно по показнику 2018р., проте на цю продукцію найбільше впливають природно-кліматичні умови, що за останні роки призводило до неврожаю та відповідне державне регулювання яке пов'язане з обмеженням експорту, яке було в 2017 р., що призвело до зниження показника конкурентоспроможності по даному продукту.

В результаті проведеного дослідження можна сказати, що виробнича спеціалізація області зумовлює її експортну спеціалізацію і переваги. Це ще раз підтверджує наскільки важливим є зв'язок виробництва, переробки і торгівлі.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних підходів до розуміння сутності поняття конкурентні переваги з позиції вітчизняних та зарубіжних авторів показали, що поняття не має однозначного трактування. На основі методики конструювання економічних категорій сформовано авторське тлумачення поняття конкурентної переваги, під яким розуміють комплекс певних факторів, цінностей, ресурсів, якими володіє підприємство/регіон та діяльність щодо ефективного їх використання, пов'язана зі довгостроковим зміцненням своєї позиції на ринку та пристосуванням до мінливих умов зовнішнього середовища.

Визначено, що Херсонська область має значний потенціал у виробництві харчових продуктів та сфері зовнішньоторгівельної діяльності. В першу чергу це зумовлено сприятливими природо-кліматичними умовами, які дозволяють розвивати в широких масштабах сільськогосподарське виробництво. Також в регіоні присутній значний логістичний потенціал (міжнародний аеропорт, морські та річкові торгові та вантажні порти, залізничні та автомобільні шляхи). Зовнішньоторгівельні операції проводяться з більше ніж 100 країнами світу.

У товарній структурі експорту Херсонської області переважають продукти рослинного походження, готові харчові продукти.

Для оцінки переваг регіону у зовнішній торгівлі запропоновано застосувати поетапний підхід до аналізу який включає наступну послідовність: розрахунок коефіцієнтів локалізації; оцінка структури експорту; визначення рівня спеціалізації експорту; Розрахунок модернізованого індексу порівняльних торговельних переваг (RTA).

Для оцінки конкурентоспроможності сільського господарства Херсонської області, були розраховані індекси відносних торговельних

переваг для окремих сільськогосподарських товарів та продуктів їх переробки, які є основними для експортної спеціалізації області.

Аналіз індексу РТА показав, що найбільш конкурентоспроможними в порівняння з іншими областями України є група товарів „Продукти рослинного походження”, „Жири та олії тваринного і рослинного походження”, „Готові харчові продукти”. З них найбільшу конкурентоспроможність мають: овочі та коренеплоди, насіння та плоди олійних рослин, та майже всі харчові продукти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

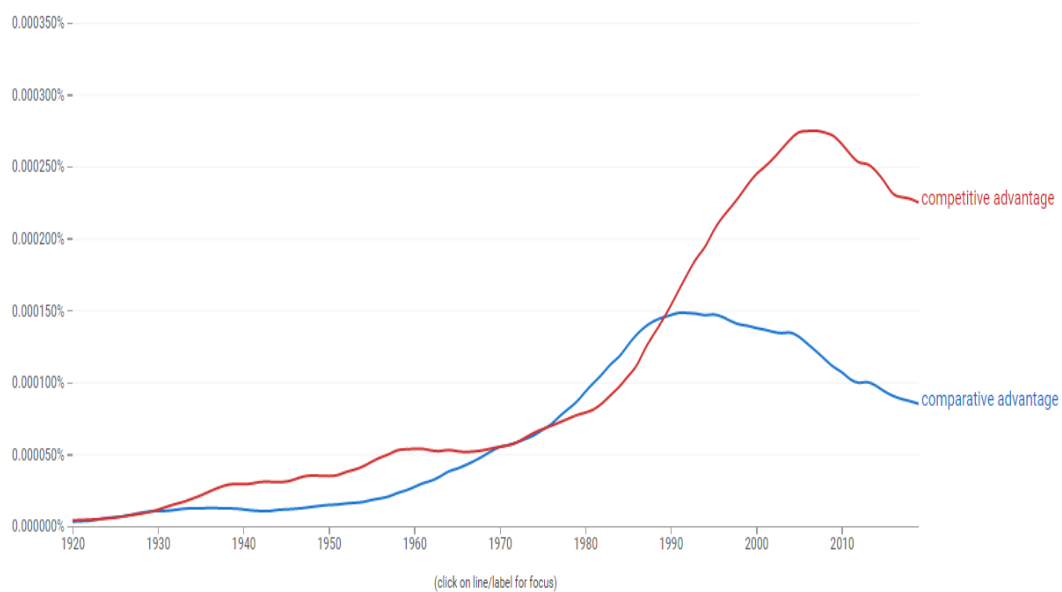
1. П'ятницька, Г. Т., Предсін А. М., Рябова О. В.. Конкурентні переваги підприємств: визначення та джерела формування. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* . 2014. №1. С. 235-248.
2. Гугл книги URL: <https://books.google.com/ngrams>
3. Старостина А. Кравченко В. Сутність та практичне застосування методики конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять "глобалізація" та "підприємницький ризик") . *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2011. Вип. 128. С. 5-10.
4. Войчак А. В. Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2. С. 50–53.
5. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под. ред. и с предисловием В.Д. Щетина. М. Междунар.отношения, 1993. 896 с
7. Зубрицький А.І. Дослідження порівняльних переваг як бази експортного потенціалу економіки України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2015. випуск 2(57).С.83-87.
8. Лясова Ю.В., Пучкова М.І. Порівняльні переваги української харчової промисловості в євроінтеграційному просторі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2013. Випуск 113(Частина II) С.83-88.
- 10.Шорохов В.П. Оценка конкурентоспособности региона. *Проблемы прогнозирования*. 2007. № 1. С. 92–101.
- 11.Статистичні щорічники Херсонської області за 2019 р. Херсон. Головне управління статистики в Херсонській обл. 187с.
- 12.Статистичний збірник „Регіони України” 2019 /за ред. І. Вернера. - К., 2019. – 276с.

13. Статистичний збірник „Сільське господарство Херсонщини”. Херсон.: Головне управління статистики в Херсонській області, 2019. 50 с.
14. Головне управління статистики у Херсонській області. URL:: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/>
15. Експортний профіль Херсонської області. URL:: https://www.slideshare.net/IER_Kyiv/20162017-86355281
16. Українські кластери Херсонська область. URL:: <http://ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/2005-study/kherson-oblast/>
17. Херсонська торгово-промислова палата. Економіка регіону. URL:: <http://www.tpp.ks.ua/khersonskij-region/ekonomikaregionu.html>
18. Цхай Р. Експортно-імпорتنний потенціал товарів продовольчої групи Херсонської області. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів». – С.45-46.
19. Чмут А.В. Розвиток зовнішньої торгівлі товарами продовольчої групи в Херсонській області. Матеріали 6 Міжнародної наук.-практ. конф. «Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації» (м. Дніпро, 07-09 листопада 2018 року) . Дніпро, 2018. С. 85-87.
20. Ядвічук А.В. Формування агрокластеру на основі виявлення порівняльних переваг зовнішньоекономічної діяльності Херсонської області. *Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Серія «Економічні науки»:зб. наук.праць.* 2008. Вип. 3(12). Ч.2. С. 418 - 429.

ДОДАТКИ

Додаток А

Динаміка вживання понять «конкуренті переваги», «порівняльні конкуренті переваги»



Додаток Б

Визначення поняття «конкурентна перевага» з позицій різних авторів

Автори	Визначення
М.Портер	1) сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції, продуктивність використання ресурсів тощо; 2) головна мета й результати господарської діяльності підприємства, що проявляються або менших, ніж у конкурента, витратах, або у спроможності вимірювати й контролювати додану вартість, яка перевищує додаткові витрати від диференціації
А. Томпсон, А.Дж.Стрікленд	споживчі властивості товару, досвід і знання, успіх у ринковому середовищі й узагалі все, що забезпечує прибутковість підприємства
Г.Азоєв А.Челенков	1) концентроване виявлення переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності, яке можна виміряти економічними показниками; 2) ті переваги, які визнали покупці, а не ті, які підприємство вважає за переваги
І.Труніна	1) відображення властивостей або атрибутів переваги товару, послуг або підприємства в цілому порівняно з конкурентами; 2) основа конкурентної бізнес-стратегії підприємства; 3) переваги, в основі яких лежить специфічний досвід роботи і навички, професіоналізм персоналу підприємства
В. Голік	концентрований прояв переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства
К.Єлін	фактор (або сукупність факторів), що прямо або опосередковано визначають (стабільний або зростаючий) вибір учасників ринку на користь підприємства, який дозволяє отримувати певний економічний ефект, що збільшує чи стабілізує прибуток
Л.Балабанова В.Холод Р.Фатхутдінов	ексклюзивна цінність, яку має об'єкт/система, що дає йому/їй перевагу над конкурентами
Ф. Котлер	переваги, яких досягає підприємство шляхом розробки пропозицій, що задовольняють потреби цільових споживачів більшою мірою, ніж пропозиції конкурентів
О. Анісімова	1) усі позитивні чинники, які забезпечують конкурентоспроможність економічних суб'єктів та виявляються під час реалізації товарів (послуг) або у взаємодії із суб'єктами конкурентного середовища; 2) не потенційні можливості об'єктів чи суб'єктів, а приведені в рух і зафіксовані дані в результаті реального споживчого попиту

Продовження Додатку Б

1	2
В. Маркова С. Кузнєцова	1) усі позитивні чинники, які забезпечують конкурентоспроможність економічних суб'єктів та виявляються під час реалізації товарів (послуг) або у взаємодії із суб'єктами конкурентного середовища; 2) не потенційні можливості об'єктів чи суб'єктів, а приведені в рух і зафіксовані дані в результаті реального споживчого попиту
А. Наливайко	оцінені та підтвержені ринком «козири», що формуються, виходячи з основних аналітичних характеристик конкурентного контексту, і зводяться до розміщення ресурсів підприємства в такий спосіб, щоб різні етапи виробничокомерційного ланцюга формування вартості були збалансовані та ефективно доповнювали один одного, забезпечуючи загальний синергійний ефект
Е.Хулей Дж.Сондерс	унікальна комбінація наявного виробничого потенціалу з нагромадженням у минулому досвідом його використання і сформованим іміджем, що сприяє виготовленню конкурентоспроможної продукції, завдяки реалізації якої суб'єкт господарювання здатен забезпечити своє існування в довгостроковій перспективі
В.Павлова	діяльність підприємства, пов'язана зі зміцненням ринкової позиції, пристосуванням видів його діяльності до обраної стратегії, вибором політики відносин до конкурентів, швидкою реакцією на зміни в конкурентному середовищі діяльності.