

5. Lysov, S. (2016). Chetvertaya promyshlennaya revolyutsiya. Era kiber. Po sledam "Davos-2016" [The fourth industrial revolution. The cyber era. In the footsteps of "Davos-2016"]. Retrieved from: <http://sherlock-solutions.com/problem-solving-techniques/the-fourth-industrial-revolution-the-era-of-cyber-in-the-footsteps-of-davos-2016> [in Russian].
6. Lukianets, T.I. (2003). Reklamnyi menedzhment: navchalnyi posibnyk [Advertising management: textbook]. Kiev: KNEU [in Ukrainian].
7. Odintseva, S.V., & Artemenko, L.P. (2018). Formuvannya imidzhu pidpryemstva: svitovyy ta vitchyznyanyy dosvid [Forming the image of the enterprise: world and domestic experience]. Aktual'ni problemy ekonomiky ta upravlinnya: zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh, (12). Retrieved from: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/24621> [in Ukrainian].
8. Shkardun, V.D., & Ahtjamov, T.M. (2001). Ocenka gotovnosti predpriyatija k realizacii marketingovoy strategii [Assessment of the readiness of an enterprise to implement a marketing strategy]. Marketing, 3, 79–86 [in Russian].
9. Plakyda, S.I., & Mytrokhina, Yu. P. (2010). Imidzh pidpryemstva yak faktor yoho konkurentospromozhnosti [The image of the enterprise as a factor of its competitiveness]. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76553.doc.htm [in Ukrainian].
10. Rohaleva, N.L. (2013). Sovremennaya kontseptsyya ymydza orhanyzatsyy [The image of the enterprise as a factor of its competitiveness]. Upravlenye personalom, 1, 46 [in Russian].
11. Soroka, O.V. (2016). HR-brend: sutnist' ta stan v Ukraini [HR-brand: essence and state in Ukraine]. Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya, 3 (23), 293–301. Retrieved from: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2898> [in Ukrainian].
12. Fedorova, V.A. (2017). Klassyfykatsyya stratehyy formyrovannya ymydza predpnyatya [Classification of strategies for forming the image of the enterprise]. Ekonomika i suspil'stvo, 668–672 [in Russian].
13. Shavkun, I.H. (2016). Formuvannya imidzhu orhanizatsiyi [Forming the image of the organization]. Zaporizhzhya: ZNU [in Ukrainian].
14. Shvab, K., & Djevis, N. (2018). Tehnologii Chetvertoj promyshlennoj revoljucii: per. s angl. [Technologies of the Fourth Industrial Revolution: lane. with English]. Moscow: Bombora: Jeksmo [in Russian].
15. Shykhhal'ova, A.S. (2012). Formuvannya personalu kompaniyi zasobamy PR [Formation of the company's staff by means of PR]. Aktual'ni problemy ekonomiky ta upravlinnya: zbirnyk naukovykh prats' molodykh vchenykh, 6. Retrieved from: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22633> [in Ukrainian].

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.5.1.18>

PRZESŁANKI MOŻLIWOŚCI ROZWOJU EKSPORTU NASION PRZEZ PODMIOTY, ZAJMUJĄCYCH SIĘ SELEKCJĄ I PRODUKCJĄ NASION ROŚLIN ZBOŻOWYCH UKRAINY

Iryna Danyłko

Aspirant Wydziału Cen i Rynku Rolnego

Krajowe Centrum Badań „Instytut Gospodarki Rolnictwa” (Kijów, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0002-9551-1369

i_danilko@meta.ua

Streszczenie. Ze strategicznego punktu widzenia dla poszczególnych podmiotów, zajmujących się selekcją i produkcją nasion roślin zbożowych, ważnym jest znalezienie różnych możliwości sprzedaży nasion po wyższej cenie. Jednym ze sposobów wykorzystania takiej możliwości jest ekspansja na zagraniczne rynki nasion. W artykule opisuje się instrumentarium (czterostopniowy algorytm) oceny przesłanek możliwości rozwoju eksportu nasion przez podmioty zajmujące się selekcją i produkcją nasion, który został wdrożony przez Nosiowską Selekcyjno-Badawczą Stację Myroniowskiego Instytutu Pszenicy im. W. M. Remesła. Podstawą metodologiczną tego instrumentarium jest metoda indeksowa na podstawie obliczania wskaźników: RCA (Ujawnione przewagi komparatywne), RTA (Indeks relatywnej przewagi handlu), RHA (Indeks relatywnej przewagi importu), RMP (Wskaźnik penetracji importowej). Jej istotą jest porównywanie przewag handlowych państwa z możliwościami produkcyjnymi poszczególnych podmiotów, zajmujących się selekcją i produkcją nasion oraz stworzenie na podstawie tego strategii ich rozwoju.

Słowa kluczowe: przewagi handlowe państwa, strategia rozwoju, podmioty, zajmujące się selekcją i produkcją nasion, eksport nasion, algorytm uwzględniania przewag konkurencyjnych, konkurencyjność.

PRECONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF SEED EXPORT IN THE SUBJECTS OF SELECTION AND SEED PRODUCTION OF CEREAL CROPS OF UKRAINE

Iryna Danylko

*Postgraduate Student at the Department of Pricing and Agrarian Market
National Scientific Centre "Institute of Agrarian Economics" (Kyiv, Ukraine)*

ORCID ID: 0000-0002-9551-1369

i_danylko@meta.ua

Abstract. Strategically, it is important for individual subjects of selection and seed production of cereal crops to find various opportunities for selling seeds at a higher price. One of the ways to realize this opportunity is the development of foreign seed markets. The toolkit (four stage algorithm) for assessing the prerequisites for the development of seed export by the subjects of selection and seed production has been substantiated in the article. The algorithm was realized in the Nosivka Selection and Research Station of the V.M. Remeslo Myronivka Institute of Wheat. The methodical basis of this toolkit is the index method with calculation of indices: RCA (Revealed comparative advantage), RTA (Relative Trade Advantage Index), RXA (Relative Export Advantage Index), RMP (Relative Import Penetration Index). The essence of the toolkit is conclude in comparing of state trade advantages with the production capabilities of individual subjects of selection and seed production and formation of their development strategy with taking this into account.

Key words: trade advantages of the state, development strategy, subjects of selection and seed production, seed export, algorithm of taking into account of competitive advantages, competitive ability.

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТУ НАСІННЯ У СУБ'ЄКТІВ СЕЛЕКЦІЇ ТА НАСІННИЦТВА ЗЕРНОВИХ КОЛОСОВИХ КУЛЬТУР УКРАЇНИ

Ірина Данилко

аспірант відділу ціноутворення та аграрного ринку

Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» (Київ, Україна)

ORCID ID: 0000-0002-9551-1369

i_danylko@meta.ua

Анотація. У стратегічному відношенні для окремих суб'єктів селекції та насінництва зернових колосових культур важливим є пошук різних можливостей для продажу насіння за більш високою ціною. Одним із шляхів реалізації такої можливості є освоєння зарубіжних ринків насіння. У статті обґрунтовується інструментарій (чотирикроковий алгоритм) оцінки передумов розвитку експорту насіння суб'єктами селекції та насінництва, що був реалізований у Носівській селекційно-дослідній станції Миронівського інституту пшениці ім. В.М. Ремесла. Методичною основою цього інструментарію є індексний метод з розрахунком індексів: RCA (Виявленої порівняльної переваги), RTA (Відносної торгівельної переваги), RXA (Відносної експортної переваги), RMP (Відносної проникнення імпорту). Його суть полягає у порівнянні торгівельних переваг держави з виробничими можливостями окремих суб'єктів селекції й насінництва та побудуванні стратегії їх розвитку з урахуванням цього.

Ключові слова: торгівельні переваги країни, стратегія розвитку, суб'єкти селекції та насінництва, експорт насіння, алгоритм врахування конкурентних переваг, конкурентоспроможність.

Вступ. За однією із загальновідомих ключових тез ринкової економіки економічні суб'єкти повинні виробляти той товар, що продається, а не продавати той товар, що вироблений. Поглиблена інтерпретація зазначеної тези означає суттєве переосмислення процесу ринкового планування. У сучасному динамічному економічному світі вже значну роль відіграє упередження на господарському рівні змін у ринковому середовищі, що ефективно можна здійснити на основі опанування інструментарію стратегічного управління та планування.

Продуктивність кожного сорту зернових колосових культур залежить від: генетичного потенціалу рівня урожайності, закладеному в насінні цього сорту; рівня родючості ґрунту; розподілу опадів протягом вегетаційного періоду; своєчасному виконанні господарських операцій тощо. Використання насіння одного сорту в різних ґрунтово-кліматичних та господарських умовах може давати різні рівні урожайності. У зв'язку з цим важливим є формування розширеного набору сортів зернових колосових культур, адаптованих до різних природних та виробничих умов.

Загальний рівень конкурентоспроможності суб'єктів селекції та насінництва на ринку базового та базового насіння зернових культур формується за рахунок максимальної реалізації насіння репродукцій високоякісних сортів зернових культур і за рахунок цього досягнення максимально можливого переважання виручки від реалізації над повною собівартістю установи по виробництву і реалізації батьківських та елітних форм насіння зернових культур. У зв'язку з цим важливим є пошук нових споживачів насінневої продукції як серед вітчизняних, так і серед закордонних товаровиробників. У зв'язку з цим актуальним є вивчення можливостей виходу українських суб'єктів селекції та насінництва на міжнародні ринки і отримання переваг від реалізації насіння за більш високими цінами, що й зумовлює актуальність дослідження у теоретичному та практичному відношенні.

Основна частина. Метою написання статті є обґрунтування передумов розвитку експорту насіння у суб'єктів селекції та насінництва зернових колосових культур України.

Інформаційною основою дослідження є дані митної статистики України та первинного суб'єкта селекції та насінництва зернових колосових культур – Носівської селекційно-дослідної станції Миронівського інституту пшениці ім. В.М. Ремесла. Методичною основою дослідження є індексний метод з розрахунком індексів: RCA (Виявленої порівняльної переваги), RTA (Відносної торгівельної переваги), RXA (Відносної експортної переваги), RMP (Відносного проникнення імпорту). Суть полягає у порівнянні торгівельних переваг держави з виробничими можливостями окремих суб'єктів селекції й насінництва та побудованні стратегії їх розвитку з урахуванням цього.

Суб'єкти селекції та насінництва є інноваційними суб'єктами економіки по своїй суті. Їхня робота зосереджена на створенні нових сортів, гібридів сільськогосподарських культур, технологій, що по своїй суті є інноваціями. При цьому реалізація інноваційного потенціалу суб'єктів селекції та насінництва напряму пов'язана з розвитком обсягів реалізації насіння не тільки усередині країни, але й за кордоном. Відповідно до цього доцільним є врахування світогосподарських тенденцій. Так, членство України в WTO та процес євроінтеграції зумовлюють доцільність не тільки на державному, а й на господарському рівні усвідомлювати ці можливості і враховувати їх під час прийняття власних господарських рішень.

Участь вітчизняних суб'єктів селекції та насінництва у світовій торгівлі може давати додатковий позитивний ефект, який сприятиме як їхньому економічному зростанню, так і розвитку країни. Загалом ефект може бути досягнутий у разі врахування суб'єктом господарювання порівняльних переваг у зовнішньоторговельних зв'язках, що сприяє отриманню вигоди як експортером, так і імпортером продукції. У науковому та експертному середовищі переважає думка, що тільки розвиток торгівлі на основі порівняльних переваг може приносити країнам та їхнім суб'єктам господарювання максимально позитивний ефект (Автомов, 2011; Леонтьев, 2006: 220–230). Розвиток спеціалізації для суб'єктів господарювання та формування структури зовнішньої торгівлі для країн, що засновані на порівняльних перевагах, створить передумови для більш ефективного їхнього позиціонування у світі завдяки більш раціональному використанню ресурсів та формуванню внутрішньої та зовнішньої пропозиції відповідних товарів на ринок.

У суб'єктів селекції та насінництва базове насіння є активним елементом пропозиції та їхньої реалізаційної політики. Переважною мірою відшкодування селекційних витрат по всіх сортозразках стає можливим за факту реалізації певного обсягу базового насіння. У контексті зазначеного важливим є обґрунтування напряму з експорту насіння на стратегічних засадах з визначенням перспектив експорту насіння окремих сортів окремих культур та етапів виходу на зовнішній ринок.

У контексті реалізації стратегічного підходу важливим є постійний моніторинг складників ринкового середовища. Так, порівняльні переваги є динамічним показником. По одних товарах вони можуть зменшитись, по інших – лишитись без змін або збільшитись. По кожній товарній позиції, згідно з напрямом тенденції зміни окремої конкурентної переваги, відповідним чином слід передбачити можливі зміни товарного асортименту та обсягів виробництва. Усвідомлення світових економічних тенденцій у вітчизняних суб'єктах селекції та насінництва дасть можливість вибудувати їм певну стратегію експорту. У стратегії експорту доцільним є врахування позицій зовнішньоекономічної стратегії галузі та країни. Зазначене врахування додасть додаткових можливостей щодо отримання потенційних коштів державної підтримки.

Відповідно до класичної теорії порівняльних переваг позитивний результат від торгівлі покращує добробут суб'єктів торгівлі, країни і сприяє розвитку вільної торгівлі. Теоретичною базою підходу з використанням розрахунків порівняльних переваг є дві теорії міжнародної торгівлі, а саме: теорія порівняльних переваг Д. Рікардо (D. Ricardo) (Блауг, 1994: 82–135) і теорія факторних пропорцій Хекшера-Уліна (Heckscher-Olin) (Хекшер, 2006: 154–173; Улин, 2004). За положеннями теорії Д. Рікардо порівняльна перевага проявляється при відмінностях у рівнях технологій і розраховується шляхом порівняння відносних галузевих витрат під час виробництва двох товарів у двох країнах (Блауг, 1994: 82–135). Своєю чергою за положеннями теорії Хекшера-Уліна наявність певних порівняльних переваг пояснюється відмінностями в пропорціях забезпеченості країн та їхніх суб'єктів господарювання матеріально-технічними ресурсами та чинниками, необхідними для виробництва певних товарів. Країна має порівняльну перевагу по тих товарах, виробництво яких потребує того чинника виробництва, яким вона володіє у достатній кількості (Хекшер, 2006: 154–173; Улин, 2004).

Узагальнення результатів дослідження дало нам підстави пропонувати іншим вітчизняним суб'єктам селекції та насінництва алгоритм врахування стратегічних переваг держави для розвитку експорту насіння (рис. 1).

Існують різні методичні підходи до визначення конкурентних переваг. Предметом нашого інтересу є оцінювання конкурентних переваг експорту насіння зернових колосових культур відносно інших експортних позицій. Одним з найбільш відомих серед показників оцінювання є «індекс Баласса», запропонований Б. Баласса (B. Balassa) (Balassa, 1998: 56–59; Balassa, 1989: 42–46) у 1965 р. Підхід Баласса ґрунтується на положенні, що структура експорту промислових товарів найбільш повно відповідає наявним у країнах порівняльним перевагам. При цьому структура її обсягів складається під впливом як цінових, так і нецінових факторів. Принциповим аспектом цієї справи є оцінювання певного товару (в нашому випадку насіння зернових колосових культур) до всього товарного асортименту експорту. Саме цей показник показує експортні переваги країни по окремих товарах. Як окремий випадок можна проводити оцінювання експортних позицій цього товару до іншого товару або товарної групи, наприклад, обсягу аграрного експорту.

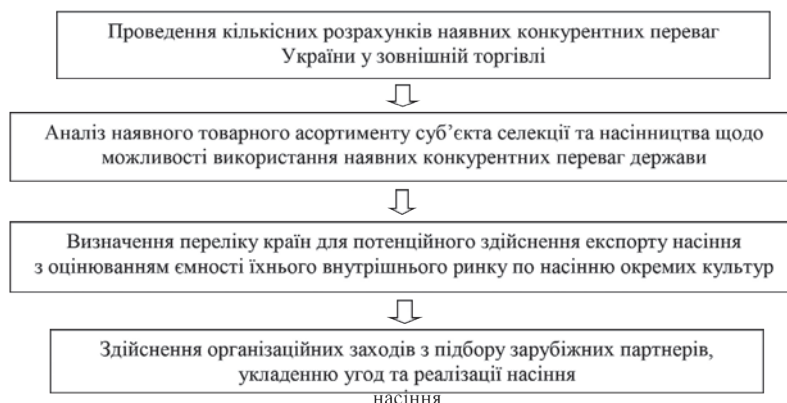


Рис. 1. Алгоритм врахування вітчизняними суб'єктами селекції та насінництва стратегічних переваг України у зовнішній торгівлі

Джерело: сформовано автором

Величина індексу Баласса визначається як співвідношення між часткою експорту певного товару в загальному обсязі експорту країни та часткою експорту цього товару в загальному обсязі світового експорту:

$$RCA = (X_{ij} / X_i) / (X_{nj} / X_n), \quad (1)$$

де X_{ij} – експорт товару j з країни, X_i – загальний експорт країни, X_{nj} – загальний експорт товару j у світі, X_n – загальний експорт країн світу.

Іншими словами, порядок розрахунку зазначеного індексу можна пояснити як відношення частки товару в національному експорті до частки цього товару у обсязі світового експорту. Індекс Баласса у професійному середовищі також ще називають коефіцієнтом «виявленої порівняльної переваги» (Revealed comparative advantage – RCA), що пояснюється використанням у розрахунку фактичних даних про експорт товарів даної країни або групи країн. Цей індекс ще називають індексом відносних порівняльних переваг RCA (Relative Comparative Advantage Index). Орієнтиром у процесі оцінювання є 1, з якою порівнюється отримане значення RCA. Переважання значення RCA над 1 ($RCA > 1$) означає наявність виявлених конкурентних переваг по певному товару. У протилежному випадку перевищення 1 над величиною RCA ($RCA < 1$) означає відсутність переваги у країні з експорту даного товару.

Експортними товарами досліджуваної наукової установи є насіння: ячменю, вівса та ярої пшениці. При цьому слід обумовитись, що у доступних джерелах державної експортної статистики відсутні відокремлені дані з насіння ярої пшениці. За цих умов, виходячи з наявних даних, для розрахунку коефіцієнту RCA по насінню ярої пшениці були використані дані з насіння усієї м'якої пшениці.

Наголошуємо на важливості дотримання методологічної позиції співставності даних для аналізу. Розходження можуть виникнути внаслідок використання різних баз даних, зокрема FAO та USDA щодо часової відповідності. Зокрема, база даних системи FAO побудована на основі річного охоплення – тобто календарного року. Тоді як база USDA містить дані співставні з маркетинговим роком. Зазначену особливість слід враховувати під час проведення аналітичних розрахунків. Вважаємо, що необхідно зазначити базу даних, що були використані для аналізу, та окреме проведення розрахунків за різними базами, зокрема FAO та USDA.

У таблиці 1. представлено розрахунки індексу Баласса або коефіцієнту виявлених конкурентних переваг експорту України відносно експортних товарних позицій Носівської селекційно-дослідної станції.

Таблиця 1

Виявлені порівняльні переваги експорту України у світі по експортних товарних позиціях Носівської СДС у 2017 р.

Назва товару	Україна		Світ		RCA
	Експорт культури	Загальний експорт країни	Експорт культури	Загальний експорт	
	млн дол США	млн дол США	млн дол США	млн дол США	
1) насіння ячменю	20,2	43300	6962,1	17731000	1,19
2) насіння вівса	2,7	43300	637,5	17731000	1,71
3) насіння ярої пшениці	259,6	43300	38942,2	17731000	2,73

Джерело: розраховано автором

За результатами аналізу даних таблиці 3.2.1. підтверджується наявність в Україні виявлених конкурентних переваг в експорті насіння ячменю, вівса та ярої пшениці. Про це свідчить переважання коефіцієнтів RCA над 1. При цьому найбільшими конкурентними перевагами характеризується насіння ярої пшениці ($RCA_3 = 2,73$). Другим за перевагами є насіння вівса ($RCA_2 = 1,71$), а насіння ячменя є третім за значенням серед аналізованих культур ($RCA_1 = 1,19$).

Таблиця 2

Інтерпретація порівняльних переваг відносно виділених груп

Група	Інтервал індекса RCA	Інтерпретація порівняльних переваг
Група А	$0 < RCA < 1$	Немає
Група В	$1 < RCA < 2$	Слабо виражені
Група С	$2 < RCA < 4$	Середньо виражені
Група D	$4 < RCA < \infty$	Значні

Джерело: (Яценко, 4)

Слід зазначити доцільність використання різнобічного інструментарію проведення розрахунків. Так, одним з альтернативних підходів визначення індексу «виявленої конкурентної переваги» є урахування обсягів внутрігалузевої торгівлі або експорту та імпорту у розрахунках, що пов'язується з підходом D. Greenway, C. Milner (Greenaway & Milner, 1993: 181–208):

$$RCA = (X_{ij} - I_{ij}) / (X_{ij} + I_{ij}) \quad (2),$$

де X – експорт, I – імпорт, i – країна, j – товар.

Слід зазначити, що під час інтерпретації цього індексу використовується інша шкала оцінювання. Діапазоном оцінювання RCA є інтервал від -1 до 1 . Від'ємне значення коефіцієнту вказує на відсутність конкурентної переваги обраного для аналізу товару, тоді як позитивне значення свідчить про наявність конкурентної переваги у даного товару (табл. 2). Як у разі проведення першого (у нашому дослідженні), так і другого альтернативного розрахунку результатом може бути виявлена «невизначена ситуація», що може виникнути внаслідок порівнювання отриманих значень коефіцієнтів RCA нулю.

Таблиця 3

Альтернативний підхід з визначення виявлених конкурентних переваг експорту України у світі експортних товарних позицій Носівської СДС

Назва товару	Експорт культури, тис дол США	Імпорт культури, тис дол США	$X - I$	$X + I$	RCA
1) насіння ячменю	20183	1938	18245	22121	0,82
2) насіння вівса	2661	5	2656	2666	1,00
3) насіння ярої пшениці	259565	3032	256533	262597	0,98

Джерело: розраховано автором

Результати проведення альтернативного розрахунку конкурентних переваг експортних товарних позицій Носівської селекційно-дослідної станції на основі врахування обсягу внутрігалузевої торгівлі підтвердили відповідність цього вибору виявленим конкурентним перевагам України, що підтверджується позитивним значенням коефіцієнтів RCA по аналізованих товарних позиціях:

$$RCA_1 = 0,82 > 0; RCA_2 = 1,00 > 0, RCA_3 = 0,98 > 0.$$

Нами вже зазначалось про важливість всебічного оцінювання конкурентних переваг. У доповнення до визначення відносних порівняльних переваг (RCA) насіння зернових колосових культур корисним буде визначити їхні переваги (або їхню відсутність) у контексті оцінювання відносних торговельних переваг (Relative Trade Advantage Index – RTA), відносної експортної конкурентоспроможності (Relative Export Advantage Index – RXA), рівня відносного проникнення імпорту (Relative Import Penetration Index – RMP) тощо.

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij} \quad (RTA_{ij} = RCA_{ij} - RMP_{ij}) \quad (3),$$

де i – країна, j – товар.

У процесі визначення відносних торговельних переваг (RTA) одночасно враховуються значення експорту та імпорту певного товару, що є більш цілісним показником оцінювання рівня конкурентоспроможності. Критеріальною характеристикою оцінювання при цьому виступає від'ємне або додатне значення індексу RTA. У першому випадку воно свідчить про наявність відносних торговельних переваг цього товару у зовнішній торгівлі, тоді як у другому – на їхню відсутність.

Виходячи з формули (3) складниками розрахунку відносних торговельних переваг RTA є індекси RXA та RMP. Значення індексу RXA розраховується як співвідношення питомої ваги країни у світовому експорті певного товару, до частки її загального експорту в обсязі загального світового експорту. Зазначається факт аналогічності врахування складників при розрахунку індексу RXA щодо індексу RCA за іншого порядку врахування цих складників: формули 2 та 4 та результати розрахунків в таблицях 1 та 4

$$RXA = (X_{ij} / X_{nj}) / (X_i / X_n), \quad (4),$$

де X_{ij} – експорт товару j з країни, X_{nj} – загальний експорт товару j у світі, X_i – загальний експорт країни, X_n – загальний експорт країн світу.

Критеріальним значенням при цьому виступає 1. Перевищення індексу за одиницю ($RXA > 1$) вказує на наявність конкурентних переваг по даному товару в експорті. Відсутність перевищення рівня індексу за одиницю ($RXA < 1$) свідчить про конкурентні недоліки цього товару.

Таблиця 4

Переваги відносної експортної конкурентоспроможності України у світі по насінню ячменю, вівса та ярої пшениці у 2017 р.

Назва товару	Україна	Світ	Україна	Світ	RXA
	Експорт культури	Експорт культури	Загальний експорт країни	Загальний експорт	
	млн дол США	млн дол США	млн дол США	млн дол США	
1) насіння ячменю	20,2	6962,1	43300	17731000	1,19
2) насіння вівса	2,7	637,5	43300	17731000	1,71
3) насіння ярої пшениці	259,6	38942,2	43300	17731000	2,73

Джерело: розраховано автором

Всі експортні товарні позиції Носівської СДС характеризуються наявністю експортних конкурентних переваг. Всі індекси RXA більші за одиницю: $RXA_1 = 1,19$; $RXA_2 = 1,71$; $RXA_3 = 2,73$. Їхні рівні є ідентичними рівням RCA , що підтверджує результати розрахунків, представлені в табл. 1.

Значення індексу відносного проникнення імпорту RMP розраховується іншим порядком від значення індексу RXA (RCA). На відміну від останніх індексів, складниками RMP є не експорт, а імпорт певного товару у країну у межах загального обсягу імпорту країни при співвіднесенні імпорту цього товару у світі до обсягу загального імпорту. Для повноти характеристики ситуації в Україні на ринку насіння ячменю, вівса та ярої пшениці важливим є визначення рівня залежності цих ринків від імпорту. Критеріальною ознакою визначення стану ринку за цим підходом є одиниця. У разі перевищення показника з характеристики стану ринку від 1 – відзначається суттєва наявність залежності від імпорту. Розрахунок значення індексу меншого за одиницю свідчить про відсутність залежності даного ринку від імпорту, що посилює наявність конкурентних переваг по даному товару. Оцінка стану ринків насіння ячменю, вівса та ярої пшениці України відносно рівня проникнення імпорту представлена в табл. 5.

Таблиця 5

Індекси відносного проникнення імпорту на ринки насіння ячменю, вівса та ярої пшениці України у 2017 р.

Назва товару	Україна		Світ		RMP
	Імпорт культури	Загальний імпорт країни	Імпорт культури	Загальний імпорт	
	млн дол США	млн дол США	млн дол США	млн дол США	
1) Насіння ячменю	20,2	49600	6962,1	17731000	0,10
2) Насіння вівса	2,7	49600	637,5	17731000	0,003
3) Насіння ярої пшениці	259,6	49600	38942,2	17731000	0,03

Джерело: розраховано автором

Підсумовуючим кроком наших розрахунків є інтегрування торгівельних переваг України на ринках насіння ячменю, вівса та ярої пшениці на основі врахування значень експортних переваг, залежності від проникнення імпорту по цих товарних ринках (табл. 6).

Таблиця 6

Відносні торгівельні переваги України по насінню ячменю, вівса та ярої пшениці у 2017 р.

Торгівельна позиція	Значення індексів		
	RXA	RMP	RTA
(1) Насіння ячміню	1,19	0,10	1,09
(2) Насіння вівса	1,71	0,003	1,71
(3) Насіння ярої пшениці	2,73	0,03	2,70

Джерело: розраховано автором

Перспективним стратегічним напрямом діяльності вітчизняних суб'єктів селекції та насінництва є входження на міжнародні ринки насіння, для чого потрібним є формування гнучкої політики входження на ринок, зміцнення позицій на ньому та посилення своєї ринкової позиції. Для керівного складу корисним є вивчення існуючого досвіду з формування варіантів ринкової стратегії та політики з її реалізації, одними з ключових чинників якої є: проведення моніторингу стану навколишнього середовища з визначенням значень ключових чинників, оцінювання власного фінансового стану, визначення стратегічної цілі розвитку та можливостей її фінансового забезпечення.

Висновки. Узагальнення вищевикладеного дає нам підстави зробити наступні висновки, що характеризують передумови розвитку експорту насіння зернових колосових культур суб'єктами селекції та насінництва України:

1) підтверджується наявність у державі торгівельних переваг в експорті насіння ячменю, вівса та ярої пшениці. Про це свідчить переважання коефіцієнтів RTA над 1, зокрема $RTA_1 = 1,09 > 1$; $RTA_2 = 1,71 > 1$, $RTA_3 = 2,70 > 1$;

2) підтвердженням використання конкурентних та торгівельних переваг країни стало укладення експортних договорів з просування насіння ячменю, вівса та ярої пшениці Носівської СДС на ринок Молдови;

3) узагальнення висновків по п.1 та п.2 є підтвердженням доцільності для вітчизняних науково-дослідних установ щодо підвищення активності власної системи насінництва шляхом розвитку зовнішньоекономічного вектору своєї господарської діяльності з підтвердженою доцільністю експорту насіння ячменю, вівса та ярої пшениці. При цьому найбільшими торгівельними перевагами характеризується насіння ярої пшениці ($RCA_3 = 2,70$). Другим за перевагами є насіння вівса ($RCA_2 = 1,71$), а насіння ячменя є третім за значенням серед аналізованих культур;

4) наявність в системі насінництва науково-дослідних установ насіння інших культур вказує на необхідність для них проведення відповідних розрахунків з характеристики виявлених конкурентних та торгівельних переваг цих українських товарних позицій у світі.

5) запропоновано алгоритм посилення можливостей експорту насіння суб'єктами селекції та насінництва України, реалізація якого, на відміну від існуючих, передбачає чотирикроковий порядок дій, коли на першому етапі здійснюється аналіз наявних конкурентних переваг держави у зовнішній торгівлі, на другому – здійснюється порівняння можливостей установ експортувати з експортними перевагами держави, на третьому етапі – визначається перелік країн для потенційного здійснення експорту насіння з оцінюванням ємності їхнього внутрішнього ринку по насінню окремих культур, а на четвертому – здійснюються організаційні заходи з підбору зарубіжних партнерів, укладенню угод та реалізації насіння.

Список використаних джерел:

1. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными; под ред. В. Автономова. Москва: Изд. дом Гос. ун-та. Высшей школы экономики, 2011. 384 с.
2. Леонтьев В.В. Внутреннее производство и внешняя торговля: новое исследование позиций американского капитала. *Вехи экономической мысли. Т. 6. Международная экономика*. Москва: ТЕИС, 2006. С. 220–230.
3. Блауг М. Система Рикардо. *Экономическая мысль в ретроспективе = Economic Theory in Retrospect*. Москва: Дело, 1994. С. 82–135.
4. Хекшер Э.Ф. Влияние внешней торговли на распределение дохода. *Вехи экономической мысли. Т. 6. Международная экономика*. Москва: ТЕИС, 2006. С. 154–173.
5. Улин Б. Межрегиональная и международная торговля. Москва: Дело, 2004. 416 с.
6. Balassa, B. Intra-industry trade and the integration of developing countries in the world economy. *International Economic Integration*, edited by M.N. Jovanovic. London, Routledge, 1998, Vol. 3. Pp. 56–59.
7. Balassa, B. Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development. New York, Harvester Wheatsheaf. 1989. Pp. 42–46.
8. Яценко О.М. Конкурентні позиції країн провідних виробників продукції бджільництва. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/245/1/Yatsenko_O_Competitive_position_of_the_leading_producers.pdf.
9. Greenaway, D. and Milner, C. (1993), *Trade and Industrial Policy in Developing Countries: A Manual of Policy Analysis*, The Macmillan Press, esp. Part IV Evaluating Comparative Advantage, 181–208.

References:

1. Avtonomov, V. (Edit.). (2011). *Kak bogatye strany stali bogatymi, i pochemu bednye strany ostayutsya bednymi* [How Rich Countries Got Rich and Why Poor Countries Stay Poor]. Moscow: Izd. dom Gos. un-ta. Vysshey shkoly ekonomiki [in Russian].
2. Leontyev, V.V. (2006). *Vnutrennee proizvodstvo i vneshnyaya trgovlya: novoe issledovanie pozicij amerikanskogo kapitala* [Domestic Production and Foreign Trade: A New Study of the Positions of American Capital]. *Milestones of Economic Thought. V. 6. International economics*. Moscow: TEIS [in Russian].
3. Blaug, M. (1994). *Sistema Rikardo* [Ricardo system]. Moscow: Delo [in Russian].
4. Kheksher, E.F. (2006). *Vliyanie vneshnej trgovli na raspredelenie dohoda* [Impact of Foreign Trade on Income Distribution]. *Milestones of Economic Thought. V. 6. International economics*. Moscow: TEIS [in Russian].
5. Ulin, B. (2004). *Mezhregional'naya i mezhdunarodnaya trgovlya* [Interregional and International Trade]. Moscow: Delo [in Russian].
6. Balassa, B. (1998). *Intra-industry trade and the integration of developing countries in the world economy*. *International Economic Integration*, edited by M.N. Jovanovic. London, Routledge, V. 3.
7. Balassa, B. (1989). *Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development*. New York, Harvester Wheatsheaf.
8. Yatsenko, O.M. *Konkurentni pozytsii krain providnykh vyrobnykiv produktsii bdzhilnytsstva* [Competitive positions of countries leading of producers of beekeeping products]. Retrieved from: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/245/1/Yatsenko_O_Competitive_position_of_the_leading_producers.pdf [in Ukrainian].
9. Greenaway, D. & Milner, C. (1993). *Trade and Industrial Policy in Developing Countries: A Manual of Policy Analysis*, The Macmillan Press, esp. P.IV. Evaluating Comparative Advantage.