

Development of International Trade Relations of Ukraine's Agrarian Sector in the Context of European Integration

The article examines modern trends in the development of international trade relations in the agricultural sector of the Ukrainian economy as one of the determining factors in the context of European integration. Peculiarities of Ukraine's participation in agricultural export-import operations are analyzed. It was emphasized that Ukraine is currently at the initial stage of entering the world agricultural markets, domestic food exports are dominated by raw materials or products with little added value, and the export of ready-made food products has not acquired significant volumes.

It was determined that due to the agrarian sector of the economy, the food supply of the state, the national market and export potential are formed. It was noted that Ukraine's adherence to the principles and rules of conduct in international trade and other economic relations determined by international unions and organizations contributes to the development of foreign economic trade activities. There has been indicated the need to implement a number of measures to adapt the market environment, build regulatory mechanisms on harmonized institutional bases, for mutually beneficial integration of Ukraine and the EU.

It has been studied that with the beginning of the Free Trade Zone with the European Union functioning, Ukraine ensures the approximation of the domestic agricultural sector to the market conditions of management, carries out adaptation to the Common Agrarian Policy of the EU. It has been proven that the dynamics of foreign trade in agricultural products of Ukraine with EU countries indicates a rapid and mutually beneficial strengthening of economic ties, reciprocal attractiveness of trade in food products. Studies show that the agricultural sector of Ukraine has demonstrated positive dynamics in the development of international trade in agricultural and food products in recent years. Emphasis is placed on creating more favorable conditions for the activation of foreign economic trade relations, which should become a strategic priority of the state.

international trade relations, agrarian sector of the economy, export, import, European integration

Одержано (Received) 20.04.2023

Прорецензовано (Reviewed) 04.05.2023

Прийнято до друку (Approved) 29.05.2023

УДК 658.89:339.37

JEL Classification: D11, L81

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9\(42\).124-130](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9(42).124-130)

Р.С. Романчук, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

С.В. Человань, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро, Україна

Т.С. Романчук, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Центральноукраїнський національний технічний університет м. Кропивницький, Україна

Оцінка інноваційного потенціалу підприємства

Стаття присвячена проблемі оцінки інноваційного потенціалу підприємства. Підприємство, яке працює на конкурентному ринку, повинно займатися розвитком свого інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал підприємства є складною категорією, яка включає велику кількість параметрів. Невизначеність багатьох з них, відсутність чітких формулювань, зрозумілих алгоритмів розрахунків приводить до того, що оцінка інноваційного потенціалу викликає проблеми і не завжди викликає довіру. Досліджено основні показники, за якими традиційно оцінюється інноваційний потенціал підприємства.

Розглянуто методи оцінки, що використовуються при розрахунках інноваційного потенціалу. З'ясовано недоліки існуючих методик. Запропоновано власну методику, що базується на маркетингових засадах і полягає в розрахунках витрат і прибутків на одиницю продукції на кожному маркетинговому етапі. Прибуток розрахований як різниця між ціною і витратами дозволить оцінити кожен конкретну інновацію. Сума прибутків від інновацій дозволить оцінити інноваційний потенціал підприємства.

Розроблена схема оцінки інновацій на підприємстві є простою і зрозумілою, не потребує експертних оцінок, складних розрахунків. Всю інформацію можна отримати з маркетингових звітів. Перевагою методики є доступність даних, які можна отримати з маркетингових і бухгалтерських звітів.

потенціал, інновація, підприємство, розрахунок, методика, показник

Постановка проблеми. Будь-яке підприємство, яке працює на конкурентному ринку, повинно займатися розвитком свого інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал підприємства є складною категорією, яка включає велику кількість параметрів. Методики визначення інноваційного потенціалу, що пропонуються науковцями різноманітні, не враховують всього життєвого циклу інновацій. Розрахунки є складними і залежать від великої кількості змінних. Не існує алгоритму, який можна використовувати для оцінки інноваційного потенціалу від появи потреби в інновації до її впровадження. Тому існує необхідність в подальших дослідженнях оцінки інноваційного потенціалу підприємства.

Невизначеність багатьох з існуючих методик оцінки, відсутність чітких формулювань, зрозумілих алгоритмів розрахунків приводить до того, що оцінка інноваційного потенціалу викликає проблеми. Тому можна вважати актуальним завдання розробки простої і зрозумілої схеми оцінки розробки і запровадження інновацій на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оцінка інноваційного потенціалу цікавила багатьох науковців. Велику увагу в своїх роботах цьому питанню приділяли: М.Бондарчук [1], І.Маркіна [5], Л.Гаєвська [3], В.Вороніна [2], О.Хмизова [6], С.Єфімова [4] та інші. М.Бондарчук, В.Вороніна та С.Єфімова здійснили огляд складників інноваційного потенціалу підприємства та аналіз найпоширеніших методичних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства з метою ефективного управління його розвитком. І.Маркіна, Л.Гаєвська, О.Хмизова досліджували теоретико-методичні підходи при визначенні інноваційного потенціалу підприємств. Незважаючи на це єдиного комплексного підходу в вирішенні питання оцінки інноваційного потенціалу підприємства не існує. Немає також загального концептуального підходу, який би враховував більшість аспектів цього питання. Тому обраний напрям дослідження є актуальним в практичному і науковому розумінні.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні різних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства і наданні рекомендацій щодо найбільш ефективного і зручного його розрахунку. Для цього питання оцінки інноваційного потенціалу підприємства буде розглянуто з точки зору маркетингових алгоритмів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бути конкурентоспроможним і відповідно успішним підприємством без систематичного введення інновацій в підприємницьку діяльність неможливо. Регулярні зміни ринкового середовища, активність конкурентів, потреби споживачів, що постійно змінюються, є причиною того, що успіх в бізнесі не може бути довготривалим, якщо підприємство не розвиває свій інноваційний потенціал. Інноваційний потенціал можна розглядати як засоби, що використовуються для досягнення цілей підприємства з метою досягнення конкурентних переваг на ринку, задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. Інновації в наш час є нормою для успішних підприємств. Проте ефективними є лише ті інновації, які дають можливість переходу підприємства в новий якісний стан. Для оцінки інновацій науковці розглядають такі основні показники, як: забезпеченість інтелектуальною власністю, кваліфікацію персоналу зайнятого в інноваційній сфері, середню частку приросту продукції за рахунок інтенсифікації виробництва, забезпеченість устаткуванням, необхідним для інноваційної сфери, освоєння нової техніки, освоєння нової продукції, інноваційне зростання. Розрахунок цих показників і встановлені нормативні значення, на думку науковців, дозволяють оцінити можливість реалізації інноваційного потенціалу [6]. При оцінці інноваційного потенціалу підприємства використовуються наукові, кадрові, виробничі, технологічні, технічні, економічні, фінансові складники. При цьому використовується функція бажаності

Харрінгтона, завдяки якій відбувається перетворення натуральних значень певних реакцій в шкалу переваг[3].

Більш широко інноваційний потенціал можна розглядати через структуру інноваційного потенціалу підприємства (табл.1).

Таблиця 1 –Трактування компонентів «інноваційний потенціал підприємства»

Компонент	Визначення
Науковий	можливості підприємства, розробляти нові рішення проблем наукового і технічного характеру для впровадження інноваційних розробок
Кадровий	здібності кадрів, які можна використати для розробки і впровадження інновацій в діяльності бізнес структур для забезпечення його конкурентних переваг
Організаційно-технічний	можливості матеріальної і технічної бази виробництва для розвитку інноваційних програм, технологій виробництва й управління, що сприяють ефективному використанню інновацій
Фінансово-інвестиційний	можливості фінансувати інноваційну діяльність підприємства, ефективно її використовувати, з метою досягнення позитивного фінансового результату від інноваційної діяльності
Маркетинговий	здатність підприємства, проводити маркетингову діяльність починаючи з пошуку потреб закінчуючи після продажним обслуговуванням, послідовно, на кожному етапі знаходячи можливості для інновацій з метою отримання максимального прибутку
Екологічний	інновації не повинні шкодити довкіллю, здоров'ю всього живого на планеті, для чого на кожному етапі виробництва потрібен відповідний контроль

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

Вказані в таблиці компоненти, безумовно, по різному впливають на інноваційний потенціал підприємства. Науковий потенціал є найважливішим серед розглянутих в таблиці 1. Інновації без наукових розробок малоімовірні в будь-якій галузі. Тому підприємства, що мають можливість співпрацювати з науковими закладами, замовляти інновації або розробляти їх використовуючи власних штатних науковців, матимуть постійне лідерство на ринку.

Кадровий потенціал теж має визначальне значення в підвищенні інноваційного потенціалу підприємства. Причому якість кадрового потенціалу повинна бути максимально високою в кожній ланці підприємства: у винахідників, робітників, управлінців, фінансистів, технічних працівників і т.і.

Організаційно-технічний потенціал важливий на кожному етапі розробки і впровадження інноваційного продукту. Це потребує забезпечення стабільного виробничого процесу, злагодженості роботи всіх виробничих і організаційних ланок.

Немає сумнівів в тому, що без фінансового інвестиційного потенціалу жодна, найперспективніша інновація не відбудеться. Більшість інновацій є витратними і на початкових стадіях життєвого циклу інновації ці витрати, як правило, значні. Якщо фінансово – інвестиційні джерела незначні або відсутні перспективи впровадження інновацій мінімальні.

Маркетинговий потенціал – як сукупність можливостей підприємства, необхідних для максимізації ефекту від реалізації доступного йому інструментарію маркетингової діяльності та можливостей бізнес-середовища, необхідних для досягнення необхідного рівня інноваційного розвитку фірми буде більш детально розглянутий нижче.

Не викликає сумнівів важливість екологічної компоненти, через важливість виключення негативного впливу фактору інноваційної системи на довкілля. Ризик такої

можливості може звести нанівець зусилля колективу фахівців і призведе до неминучих фінансових збитків.

Таким чином інноваційний потенціал можна розглядати як багатомірну економічну систему з великою кількістю чинників. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства являє собою складну задачу, проте у науковців немає одностайності щодо цього питання. Існують різні методики розрахунку інвестиційного потенціалу.

Кількісні методи дозволяють отримати кінцеві чисельні показники. До них відносять аналітичні методи, які базуються на математичних поняттях, статистичні методи, графічні методи.

Якісні методи застосовують мозковий штурм, метод структуризації, метод сценаріїв. В цілому, якщо поєднати вищевказані методи, можна отримати певну картину, яка дозволить оцінити інвестиційний потенціал підприємства.

Оцінюючи методики розрахунку рівня інноваційного потенціалу можна говорити про структурний і результативний методи. Перший метод розглядає потенціал, як суму певних структур, що полегшує розрахунки. Другий полягає в аналізі ефективності параметрів, після якого можна говорити про ефективність реалізації.

Найбільш відомі методики розрахунку рівня інноваційного потенціалу підприємства представлені в табл.2.

Таблиця 2 – Методики розрахунку рівня інноваційного потенціалу підприємства

Назва методики	Сутність методики
Г. Маслова	Інноваційний потенціал являє собою сукупність наукового потенціалу, технічних розробок і нововведень. Інноваційний результат отримується за через вибір і аналіз приватних показників за допомогою застосування логічних і порівняльних методів. Далі показники узагальнюються і оцінюється рівень інноваційного потенціалу.
О. Московіна	в складі інноваційного потенціалу виділяються п'ять складників: кадровий, техніко-технологічний, фінансовий, науковий та результативний. Далі агрегуються окремі характеристики потенціалу що відображаються графічно.
О. Іванової	оцінюються складники інноваційного потенціалу підприємства на основі коефіцієнтного аналізу.
А. Трофілова	проводиться оцінку інноваційного потенціалу, з огляду на рівень фінансової стійкості. Досліджується можливість підприємства забезпечити виробничий процес.
Д. Белоусова	оцінка інноваційного потенціалу, пов'язана з оцінкою переважаючих ресурсних можливостей, у складі яких виділяється технічний і технологічний ресурс.
О. Хмизової, О. Сисан	оцінюється інноваційна діяльність підприємства в такій послідовності: спочатку визначаються цілі та завдання інновацій, після чого відбувається оцінка ресурсного потенціалу, фінансового стану та структури джерел фінансування капіталу, а також ступінь готовності підприємства до інновацій.

Джерело: складено авторами на основі [2, 4]

Всі розглянуті методики викликають повагу, проте мають певні недоліки, зокрема, не враховують повну об'єктивність і поінформованість експертів, що залучені до аналізу, багато показників неможливо розрахувати з високим рівнем достовірності, існують складнощі з визначенням нормативної бази при порівнянні результатів з еталонними. Все вищевказане ставить під сумнів кінцевий результат проведеної

роботи. Крім того методики є складними і не системними, що також ставить під сумнів їх використання.

Для оцінки розрахунку рівня інноваційного потенціалу підприємства пропонується спрощений підхід, який побудований на маркетингових алгоритмах.

Маркетологи в своїх розробках зосереджуються на задоволенні потреб споживачів і отриманні прибутків підприємством. Враховуючи, що не задоволені потреби не приносять прибуток, пропонується саме прибуток вважати оцінкою інноваційного потенціалу підприємства. Якщо розглядати інновацію як товар або послугу (маркетинговий погляд), то має сенс застосувати маркетинговий алгоритм для інновацій. Відомо, що лише 20% нових товарів, що виходять на ринок, мають успіх, 80% зникають назавжди. Це можна сказати і про інновації.

Причиною невдач є недостатні маркетингові дослідження щодо товарів (інновацій) на всіх етапах робіт починаючи з дослідження потреб і закінчуючи після продажним обслуговуванням. В табл. 3 представлені основні маркетингові етапи, що проходить інновація на ринку.

Таблиця 3 – Маркетингові етапи що проходить інновація на ринку

Назва етапу	Сутність етапу	Витрати (од. прод.)	Ціна (од. прод.)
Пошук потреби в інновації	дослідження потреби обов'язкове перед початком робіт, в разі відсутності потреби всі подальші етапи не мають сенсу	+	
Дослідження ринку	вивчення ринку на якому буде застосовано інновацію	+	
Сегментування, позиціонування інновацій	сегментування ринку, характеристика сегментів, вибір цільових ринків для інновації	+	
Вибір стратегії інновацій	Визначення дій підприємства стосовно інновації на перспективу	+	
Інноваційна політика	Розробка і матеріальне втілення інновації	+	
Цінова політика	Розробка цінової політики щодо інновації		+
Просування інновацій	Розробка комплексу комунікацій для інновацій	+	
Розподіл інновацій	Розробка механізмів розподілу	+	
Контроль інновацій	Заходи щодо контролю ефективності діяльності при запровадженні інновацій	+	

Джерело: сформовано авторами

Прибуток, розрахований як різниця між ціною і витратами, дозволить оцінити кожен конкретну інновацію. Сума прибутків від інновацій дозволить оцінити інноваційний потенціал підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, розглянуто основні методики оцінки інноваційного потенціалу підприємства, в результаті чого зроблено висновки щодо необхідності дослідження інноваційних можливостей в процесі поточного рівня інноваційної діяльності підприємства. При оцінці інноваційного потенціалу підприємства використовуються наукові, кадрові, виробничі, технологічні, технічні, економічні, фінансові складники. Існуючі методики мають певні недоліки, зокрема, не враховують повну об'єктивність і поінформованість експертів, що залучені до аналізу, багато показників неможливо розрахувати з високим рівнем достовірності, методики є складними і не системними. Для оцінки розрахунку рівня інноваційного потенціалу підприємства пропонується спрощений підхід, який побудований на маркетингових алгоритмах. Сутність методики полягає в дослідженні витрат на основні

маркетингові етапи, що проходить інновація на ринку, і порівнянні їх з прибутком, який приносить інновація в розрахунку на одиницю продукції. Прибуток, розрахований як різниця між ціною і витратами, дозволить оцінити кожну конкретну інновацію. Сума прибутків від інновацій дозволить оцінити інноваційний потенціал підприємства. Перевагою методики є доступність даних, які можна отримати з маркетингових і бухгалтерських звітів.

Перспективи подальших досліджень полягають в апробації на підприємствах і порівнянні результатів з іншими методиками. В разі подібності результатів можна говорити про переваги запропонованої методики у зв'язку з її простотою.

Список літератури

1. Бондарчук М.К. Характеристика складових інноваційного потенціалу в системі «інновації-фінанси-виробництво». Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей Міжнародної науково – практичної конференції. Львів: Львівська політехніка. 2011. С.197-198.
2. Вороніна В.Л., Зюкова М.М., Артеменко А.Є. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства як засіб ефективного правління його розвитком. *Економічний простір*. Випуск 162. 2020. С.57-62.
3. Гаєвська Л.М. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка. Глобальні та національні проблеми економіки. *Електронне наукове фахове видання*. Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. Вип.5. 2017. С.192-196.
4. Єфімова С.А. Гринько Т.В. Методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства сфери послуг. *Вісник Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара. Серія Менеджмент інновацій*. Вип. 5. 2015. С.30-37.
5. Маркіна І.А., Більовська О.О., Ганженко Д.О. Методологічні засади потенціалу підприємства та його структуризація. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 4 (68). С. 108–119.
6. Хмизова О.В., Сисан О.М. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємства. *Наукові праці. Економіка*. 2016. № 273. С. 83–88.

References

1. Bondarchuk, M.K. (2011). Kharakterystyka skladovykh innovatsijnoho potentsialu v systemi «innovatsii-finansy-vyrobnytstvo» [Characterization of the components of innovation potential in the system "innovation-finance-production"]. Modern problems of economics and management: *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsia (L'viv) –International Scientific and Practical Conference* (pp. 197-198). L'viv: L'viv'ska politekhnikha [in Ukrainian].
2. Voronina, V.L., Ziuikova, M.M. & Artemenko, A.Ye. (2020). Otsinka innovatsijnoho potentsial pidpryemstva iak zasib efektyvnoho pravlinnia joho rozvytkom [Assessment of the innovative potential of the enterprise as a means of effective management of its development]. *Ekonomichnyj prostir – Economic space. Issue 162, 57-62* [in Ukrainian].
3. Haiyev'ska, L.M. (2017). Innovatsijnyj potentsial pidpryemstva ta joho otsinka. Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky [Innovative potential of the enterprise and its assessment. Global and national problems of the economy]. *Elektronne naukove fakhove vydannia. Mykolaivs'kyj natsional'nyj universytet im. V.O. Sukhomlyns'koho – Electronic scientific professional edition. Mykolaiv National University named after V.O. Sukhomlynsky, Issue 5, 192-196* [in Ukrainian].
4. Yefimova, S.A. & Hryn'ko, T.V. (2015). Metodychni pidkhody do otsinky innovatsijnoho potentsial pidpryemstva sfery posluh [Methodical approaches to assessing the innovative potential of the service sector enterprise]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho natsional'noho universytetu imeni Olesia Honchara. Seriya Menedzhment innovatsij – Bulletin of OlesHonchar Dnipro National University. Series of Innovation Management. Issue 5, 30-37* [in Ukrainian].
5. Markina, I.A., Bil'ov'ska, O.O. & Hanzhenko, D.O. (2017). Metodolohichni zasady potentsialu pidpryemstva ta joho strukturyzatsiia [Methodological principles of enterprise potential and its structuring]. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu KNTEU. Seriya: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNTEU. Series: Economic sciences, Issue 4 (68), 108–119* [in Ukrainian].

6. Khmyzova, O.V. & Cysan, O.M. (2016). Napriamy rozvytku innovatsijnoho potentsialu pidpriemstva [Directions of development of the innovative potential of the enterprise]. *Naukovi pratsi. Ekonomika – Scientific works. Ekonomika*, 273, 83–88 [in Ukrainian].

Roman Romanchuk, Applicant of the Third (Educational and Scientific) Level of Higher Education

Svitlana Chelovan, Applicant of the Third (Educational and Scientific) Level of Higher Education

Pryazovsky State Technical University, Dnipro, Ukraine

Taras Romanchuk, Applicant of the Third (Educational and Scientific) Level of Higher Education

Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

Evaluation of the Innovative Potential of the Enterprise

The article is devoted to the problem of assessing the innovative potential of the enterprise. An enterprise that operates in a competitive market should develop its innovative potential. The innovative potential of the enterprise is a complex category that includes a large number of parameters. The uncertainty of many of them, the lack of clear formulations, clear calculation algorithms leads to the fact that the assessment of innovation potential causes problems and does not always inspire confidence. The main indicators by which the innovation potential of the enterprise is traditionally evaluated have been studied.

Assessment methods used in the calculation of innovation potential are considered. The shortcomings of the existing methods have been clarified. A proprietary methodology based on marketing principles is proposed and consists in calculating costs and profits per unit of production at each marketing stage. The profit calculated as the difference between the price and costs will allow to evaluate each specific innovation. The sum of profits from innovations will allow to assess the innovative potential of the enterprise. The developed innovation evaluation scheme at the enterprise is simple and clear, does not require expert evaluations or complex calculations. All information can be obtained from marketing reports.

The developed innovation evaluation scheme at the enterprise is simple and clear, does not require expert evaluations or complex calculations. All information can be obtained from marketing reports. The advantage of the method is the availability of data that can be obtained from marketing and accounting reports.

potential, innovation, enterprise, calculation, method, indicator

Одержано (Received) 28.04.2023

Прорецензовано (Reviewed) 09.05.2023

Прийнято до друку (Approved) 29.05.2023