



DOI 10.37491/UNZ.72.12
УДК 658:001.895



Світлана АНДРОС¹,
Сі Цо ЧАН²

ДО ПИТАННЯ ПРО ЕКОНОМІЧНУ СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КОМПАНІЇ»

Визначена роль інноваційного потенціалу в інноваційному розвитку компанії. Мета статті полягає в розгляді теоретичних і методологічних аспектів формування інноваційного потенціалу компанії, його економічної сутності, змісту елементів та структури, а також виявлення впливу факторів на розвиток інноваційного потенціалу компанії. Поставлена у статті проблема викликала необхідність вивчити публікації зарубіжних вчених і економістів у сфері інновацій. Актуальність дослідження обумовлена різним розумінням категорії «інноваційний потенціал компанії» зарубіжними вченими і практиками, а також відсутністю комплексних методичних досліджень у цій сфері. Розглянуто існуючі підходи до економічної сутності категорії «інноваційний потенціал» компанії. Визначено позиції фахівців у питанні трактування цього поняття. Узагальнено концептуальні підходи до вивчення інноваційного потенціалу компанії. Визначено економічну сутність і значення інноваційного потенціалу, виходячи з його генезису і ролі для інноваційного роз-

¹ доктор економічних наук, доцент,
провідний науковий співробітник відділу фінансово-кредитної та податкової політики,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (м. Київ)
andros.sv@ukr.net,
<https://orcid.org/0000-0001-5561-901X>.

² аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
changshichao8888@126.com,
<https://orcid.org/0000-0003-2945-5220>.



вितку компанії. Розглянуто основні елементи інноваційного потенціалу компанії. Сформульовані загальні, особливі та специфічні характеристики цього поняття в системі соціально-економічних відносин. Виявлено неоднозначність проаналізованих підходів до вказаної категорії та запропоновано авторське трактування «інноваційний потенціал компанії». Сформульовані ключові фактори, що впливають на формування інноваційного потенціалу компанії. Встановлено напрямок їх впливу, розкриті на основі герменевтичного підходу особливості формування інноваційного потенціалу компанії як напряму підвищення її конкурентоспроможності. На основі аналізу теоретичних положень вдосконалена структура інноваційного потенціалу компанії як єдності складових (ресурсної, управлінської, внутрішньої та ефективної), які співіснують взаємно, припускають і обумовлюють один одного. Удосконалено класифікацію складових інноваційного потенціалу та систематизовані напрямки їх впливу на формування інноваційного потенціалу компанії. Удосконалена морфологічна класифікація, що дозволяє оптимізувати комплекс сформованих підходів до формування інноваційного потенціалу компанії. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблені в ньому пропозиції щодо формування інноваційного потенціалу можуть бути використані компаніями для підвищення інноваційної активності та конкурентоспроможності.

Ключові слова: інноваційний потенціал, категорія, поняття, структура.

В українській економіці дотепер спостерігається диспропорція між наявністю інноваційних можливостей і їх реальним втіленням на практиці. Компанія досягає успіху у своїй діяльності, якщо вона знаходиться у стані неухильного розвитку. Інноваційний розвиток — це комплексний процес, що включає розвиток всієї системи чинників і умов, необхідних для його здійснення на всіх стадіях діяльності компанії. Як би успішно компанія не функціонувала, але якщо її топ-менеджмент не націлений на освоєння інновацій, що дозволяють виробляти продукцію високої якості і з меншими витратами, вона ризикує стати неконкурентоспроможною. Значить, що вище рівень інноваційного потенціалу компанії, то успішніше вона уникає кризових ситуацій.

Втім, нині небагато компаній України мають потужний інноваційний потенціал, але ще менше можуть ефективно його використовувати. Проблема пов'язана з відсутністю комплексних досліджень, методологічних розробок і концептуальних підходів до формування інноваційного потенціалу компанії. Складність визначення інноваційного потенціалу обумовлена різним розумінням цього терміна вченими і відсутністю комплексних методичних досліджень у цій сфері. Зважаючи на вказані причини, розгляд економічної сутності категорії «інноваційний потенціал» є вкрай актуальним.



Зважаючи на чималу кількість дослідників, які вивчають питання формування та використання інноваційного потенціалу компанії як засобу підвищення ефективності її інноваційної діяльності для досягнення стратегічної мети, це наукове завдання поки що не вирішене. Відсутні загально визнані методи оцінки й інтерпретації інноваційного потенціалу компанії, має місце суперечливість рівня пріоритетності чинників, що характеризують інноваційний потенціал. Недостатнє наукове обґрунтування вказаної категорії за наявності глибоких системних інноваційних прогалин у компанії обумовлюють необхідність дослідити вказану наукову проблему на новому якісному рівні, забезпечити її системне бачення.

Представлене авторами дослідження ґрунтується на науково-методологічних розробках зарубіжних вчених з інноваційної проблематики.

Метою статті є розгляд теоретичних і методологічних аспектів формування інноваційного потенціалу компанії, його економічної сутності, змісту елементів та структури, а також виявлення впливу факторів на розвиток інноваційного потенціалу компанії.

Інноваційна діяльність компанії визначається її інноваційною активністю і залежить від домінуючого технологічного укладу, наявності та характеристик інноваційного потенціалу, організаційної структури, в рамках якої здійснюється інноваційна діяльність.

Інноваційний потенціал компанії є однією з основних її характеристик, яка поєднує в собі сукупність визначальних властивостей інноваційної діяльності та здатність компанії вигідно для себе використати вплив динамічного зовнішнього середовища й можливості, які існують у її внутрішньому середовищі. Це дозволяє використовувати інноваційний потенціал як потужний інструмент прийняття виважених управлінських рішень у процесі здійснення інноваційної діяльності.

Теорія інноваційного потенціалу як основа інноваційної діяльності не має системного характеру й чіткої структури. Досі не існує остаточного визначення «інноваційний потенціал», яке можна прийняти за базове. Склад цього поняття також має різні авторські тлумачення і спірний характер. Зважаючи на сказане, поглиблений аналіз сутності категорії «інноваційний потенціал компанії» доцільно здійснювати, спираючись на позиції зарубіжних вчених і практиків.

Поняття «інноваційний потенціал» отримало свій розвиток з початку 1980-х років. На початку XXI ст. категорія «інноваційний потенціал» знаходить все більше поширення в літературі, виділяються окремі галузі, присвячені аналізу різних аспектів цієї дефініції. Так, згідно з позицією N. Amara, R. Landry, інноваційний потенціал — це сукупність умов зовнішнього а внутрішнього середовища компанії, в результаті впливу яких змінюється і власне компанія, і продукція, що нею випускається [1]. A. Catozzella і M. Vivarelli розглядають інноваційний потенціал через призму джерел, можливостей, засобів і запасів підприємства, які можуть застосовуватися для вирішення фінансових завдань і досягнення певної мети [2]. С. Edquist визначає інноваційний потенціал як здатність системи організувати і здійснювати процеси, спрямовані на досягнення ре-



зультатів, що найбільш повно відповідають змінам зовнішніх умов, у першу чергу, змінам вимог ринку [3]. Daniele Archibugi також формулює інноваційний потенціал як здатність системи до трансформації фактичного стану речей у новий стан для задоволення існуючих або нових потреб (компанії — новатора, споживача, ринку) [4]. Ефективне використання інноваційного потенціалу уможливує перехід від прихованої можливості до явної реальності, тобто з одного стану в інший, від традиційного до нового.

Згідно з поглядами N. Franke, E. Von Hippel, M. Schreier, інноваційний потенціал — це властивість підприємства або галузі, що дозволяє своєчасно пристосовуватися до модифікацій зовнішнього середовища в результаті ефективної реалізації комерційної діяльності [5]. P. Hájek, J. Stejskal, визначають інноваційний потенціал як здатність різних галузей економіки виробляти наукоємну продукцію, що відповідає вимогам світового ринку [6].

Вважаємо, що в останніх двох випадках досліджувана категорія прив'язана до конкретного рівня (економіки), що значно локалізує сферу її застосування. Крім того, в цьому випадку з розгляду випадають організаційні інновації та інновації-послуги. В інших визначеннях інноваційного потенціалу, на наше переконання, розкривається одна або кілька істотних характеристик даного явища. В одному випадку акцент переноситься на інституційні структури або способи формування потенціалу, в іншому — йде прив'язка до конкретного рівня (підприємство, економіка).

У формулюваннях, наданих M. Varis, H. Littunen, інноваційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичення ресурсів, які можуть бути приведені в дію для досягнення мети економічних суб'єктів [7]; як здатність компанії досягати поставлену інноваційну мету за наявності певних ресурсів (A. Leironen, C. E. Helfat) [8] також має місце неоднозначність у розумінні економічної сутності інноваційного потенціалу. Цей контекст суттєво ускладнює розробку практичних рекомендацій щодо методики оцінки інноваційного потенціалу, тому негативно відображається на кінцевих результатах інноваційної діяльності компанії.

Досить прозорою в питаннях дослідження інноваційного потенціалу є позиція A. Newman, Y. Gao, J. Zheng, згідно з якою вказана категорія — це сукупність ресурсів (інформація, технологія, інтелект, простір, фінанси, підприємництво, право), що утворюють єдину систему розробки й реалізації інноваційних проектів і передбачають конкурентоспроможність вироблених продуктів і наданих послуг [9]. S. Nilakanta, R. W. Scamell тлумачать інноваційний потенціал як сукупність матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науково-технічних та інших видів ресурсів, що служать для реалізації інноваційної діяльності [10]. На думку L. Bottazzi, G. Peri, інноваційний потенціал компанії є кількістю економічних ресурсів, які в конкретний момент компанія може використовувати для свого розвитку. Ці ресурси розподіляються між трьома основними секторами (сегментами, напрямками) мікросистеми: науково-технічним, освітнім, інвестиційним. У результаті цього розподілу формуються науково-технічний потенціал (сегмент або комплекс), освітній потенціал (сегмент



або комплекс), інвестиційний потенціал (сегмент або комплекс). Сукупність названих сегментів і формує інноваційний потенціал мікросистеми (компанії) [11].

За викладеного підходу інноваційним потенціалом можна вважати не всю кількість ресурсів, які компанія передбачає використовувати для свого перспективного розвитку, а тільки ту їх частину, яка може бути використана для збільшення обсягів або поліпшення якості кінцевого споживання. При цьому треба брати до уваги, що динаміка кількісних і якісних показників споживання повинна здійснюватися в інтересах саме споживачів, а не виробників. Річ у тім, що існує ціла низка проблем, пов'язаних з розподілом кінцевого споживання на індивідуальне (приватне) і колективне (суспільне), але в цьому випадку важливішою є необхідність дотримання раціональних пропорцій між кінцевим і проміжним споживанням.

Як бачимо, підходи вчених до визначення інноваційного потенціалу неоднозначні і, по суті, дотепер не вироблено єдиного погляду з цього питання. На підтвердження нашої позиції наголосимо, що категорія «інноваційний потенціал» розглядається на мікро-, мезо- і макрорівні — від вкрай вузького розуміння, наприклад, як частина людського капіталу підприємства (J. E. Fountain) [12]; як річний обсяг виробництва, можливий за умов повного використання виробничої потужності компанії за існуючого організаційно-технічного рівня (R. Evangelista) [13]; як здатність, внутрішній ресурс системи, які можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети за певних умов (P. Hajek) [14], і навіть до глобальних категорій — як соціально-економічна система (P. Cooke) [15].

У розрізі зазначеного під інноваційним потенціалом більшість дослідників розуміють спроможність компанії до змін реального положення у конкурентоспроможне для вирішення як наявних потреб ринку, так і тих, що виникають. У такому випадку повноцінне використання інноваційного потенціалу допомагає компанії здійснити перехід від неочевидної перспективи до видимої реальності, тобто від звичайного стану речей до новітнього.

Таким чином, інноваційний потенціал є свого роду характерною властивістю спромоги компанії до зміни, поліпшення та технологічного розвитку.

Стільки концептуальних підходів говорить про виниклу невизначеність у розумінні природи інноваційного потенціалу компанії, а також його структури, що незадовільно позначається на інноваційній діяльності компанії.

Беручи до уваги названі вище характеристики, пропонується таке уточнене трактування «інноваційний потенціал компанії»: комплекс ресурсів і результатів інноваційної діяльності, взаємопов'язаних і взаємодіючих між собою і зовнішнім середовищем за належних організаційно-управлінських умов, а також підсистема інноваційної системи країни, представлена у вигляді людського, наукового, фінансового, інституційного та організаційного потенціалів, що забезпечують інноваційну діяльність компанії і визначають рівень її інноваційного розвитку, фінансової



зрілості до ведення інноваційної діяльності і вирішення завдань для підвищення конкурентоспроможності на ринку та забезпечення стійкого зростання.

У цьому випадку сукупність різних елементів інноваційного потенціалу компанії формує її ресурсні можливості, а фінансова зрілість до ведення інноваційної діяльності відображає здатність інноваційної системи до сприйняття та використання (комерціалізації) інновацій, що відображає результативність інноваційної діяльності.

Економічна природа усякого об'єкта всебічно вимальовується через вивчення його структури. У світлі зазначеного, розглянемо основні складові досліджуваної категорії. Структуру інноваційного потенціалу компанії, на наше переконання, можна відобразити як єдність сукупності її елементів (ресурсної, управлінської, внутрішньої та ефективної), які знаходяться у взаємовідносинах і зв'язках один з одним, і при використанні утворюють певну цілісність (табл. 1).

Таблиця 1.

Структура інноваційного потенціалу компанії

Складова потенціалу	Характеристика
Ресурсна складова (блок «Ресурси»)	
Кадрова	Включає забезпечення компанії кадрами, необхідними для розробки, адаптації, впровадження та виведення інноваційної продукції на ринок. Враховується кількість співробітників і їх кваліфікація, досвід виведення інноваційних продуктів на ринок
Інтелектуальна	Включає наявність в компанії об'єктів інтелектуальної власності (патенти, ноу-хау), розроблених у компанії і придбаних, а також результати НДДКР
Фінансова	Характеризує показники фінансової стійкості компанії, що свідчить про можливість залучення позикових коштів для реалізації інноваційних проектів (отримання кредиту), а також наявності власних коштів
Матеріально-технічна	Наявність основних засобів і необхідних площ для ведення інноваційної діяльності. Відображає їх кількісний (обсяг) і якісний склад
Інформаційна	Бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти подібно до ферменту переводять матеріальні чинники з латентного стану в активний
Людська	Проінвестовані суспільно доцільні виробничі та загальнолюдські навички, знання, здібності, якими володіє людина, які їй належать, не віддільні від неї і використовуються в повсякденному житті
Соціальна	Різні форми активізації людського фактора, включаючи новітні форми професійної підготовки персоналу, стимулювання його творчої діяльності, створення комфортних умов для життя й роботи
Науково-технічна	Проектування, створення та використання нової технології. Розробка і впровадження в експлуатацію нових і якісно поліпшених видів матеріалів. Створення та виготовлення модернізованих видів продукції і зниження її матеріаломісткості
Інвестиційна	Обґрунтування й фактична реалізація інвестиційної політики і стратегії компанії. Цільове формування інвестиційних ресурсів компанії. Визначення привабливості інвестиційних проектів і



Продовження табл. 1

Складова потенціалу	Характеристика
	моніторинг ефективності інвестування
Управлінська складова (блок «Управління»)	
Організаційна	Методи і форми організації всіх видів діяльності компанії. Характеризує рівень організації управління інноваційною діяльністю в компанії. Наявність в організаційній структурі компанії співробітника, відповідального за інноваційний розвиток, включення у стратегію компанії напрямків інноваційного розвитку, бізнес-планів
Маркетингова	Наявність відділу маркетингу або спеціального співробітника, ведення досліджень ринку, включення в мережеві структури, відкритість компанії (участь у виставках)
Юридична	Закони і нормативно-правові документи, які визначають і регулюють усі види діяльності компанії
Внутрішня складова (блок «Внутрішній»)	
Державної підтримки	Процеси створення і впровадження нового продукту, забезпечення взаємозв'язку новатора з наукою, що надає прогресивні ідеї, і з ринком, який споживає готовий продукт, а також методи та способи управління інноваційним процесом
Інфраструктурна	
Ефективна складова (блок «Ефективність»)	
Фінансова та інтелектуальна	Відображає результати комерціалізації інноваційного потенціалу компанії, ступінь реалізації наявних у компанії ресурсів та можливостей
Зростання ефективності функціонування економічної системи (компанії)	Відображає кінцевий результат реалізації наявних можливостей (у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення інноваційного процесу). Цільова характеристика інноваційного потенціалу. Як результат кількісної й якісної зміни, несе в собі потенційні можливості виведення на новий рівень функціонування інноваційного потенціалу компанії
Економічна	Методи господарського управління виробництвом за допомогою реалізації функцій прогнозування і планування, фінансування, формування мети, мотивації й оплати праці, оцінки результатів діяльності

Примітка. Удосконалено за [16].

Ресурсна складова інноваційного потенціалу включає кадрові, інтелектуальні, фінансові, матеріально-технічного забезпечення, інформаційні та людські ресурси, що виконують різну функціональну роль. У контексті комерційної діяльності персонал є визначальним джерелом виробництва товарів і послуг. Відповідно до підходу Р. Maskell, саме людські ресурси контролюють межі зростання компанії [17]. Решта ресурсів компанії — це в основному позикові, розмір і ефективність використання яких значною мірою регулюються теж персоналом.

Інтелектуальний потенціал персоналу компанії — це не тільки основний або критичний фактор розвитку, а й головна умова прийняття на себе ризиків. На практиці це означає, що здебільшого для вирішення багатьох проблем компанії бракує не просто людських ресурсів, а саме людського капіталу — висококваліфікованих фахівців, здатних до ефективної праці, творчої віддачі й нововведень. Справді, сучасний тренд управління персоналом у компаніях орієнтується на визнання персоналу як ціннісно-



го капіталу, від якого істотно залежить формування інноваційного потенціалу компанії в цілому.

Фінансовий ресурс представляє загальну кількість джерел і запасів фінансової міцності, якою володіє компанія, і може використовувати для власних потреб під час реалізації стратегічної мети. При цьому обсяг грошових коштів відбиває фінансовий потенціал, здатність компанії брати участь у виготовленні товарів і послуг. Крім функції фінансового забезпечення, цей вид ресурсу виконує функцію страхування, безпосередньо дублюючи та оцінюючі в грошових одиницях інші види ресурсів, включених до складу інноваційного потенціалу компанії.

Ресурси матеріально-технічного забезпечення представляють технологічну природу потенціалу, яка згодом буде чинити вплив на темпи й обсяги інноваційної діяльності компанії в цілому. Ці ресурси створюються промисловими підприємствами, що виробляють засоби виробництва, і за рахунок застосування інновацій закладають у них потенційні можливості, що можуть або не можуть реалізовуватися у майбутньому.

За рахунок інформаційних ресурсів матеріальні чинники переводять з прихованого стану в активний. Цей вид ресурсів стає вкрай важливим тільки в комплексі з іншими видами ресурсів — технологією, кваліфікацією, працею, виробничими запасами тощо. У цьому випадку інформаційний ресурс стає драйвером інноваційного розвитку компанії.

Людський ресурс є набором навичок і характеристик, які визначають здатність до інноваційної діяльності. Мова йде про ресурси конкретного співробітника в рамках компанії. Персоналізоване сприйняття направлено передусім на аналіз потенціалу конкретної людини, а аналіз колективу дозволяє зробити висновки про ресурси компанії в цілому.

Управлінський ресурс можна сформулювати як можливість, здатність керувати, здійснювати вплив на компанію з метою зміни стану, поведінки, індикаторів функціонування, результатів інноваційної діяльності. Коли мова йде про залучення управлінських ресурсів, маємо на увазі, що необхідно залучити людей, які володіють потрібною здатністю управляти іншими ресурсами й інноваційними процесами. Коли мова йде про поліпшення якості управлінських ресурсів компанії, маємо на увазі, що потрібно підвищити спроможу наявних у компанії управлінців здійснювати керівництво або поміняти «слабкі» ресурси на «сильні» або змінити структуру управлінських ресурсів, тобто розвинути або залучити «зі сторони» більш потрібні й важливі для компанії управлінські якості та навички.

Безперечно, якість управлінських ресурсів у компанії є визначальним фактором в успішному функціонуванні бізнесу, результативності його інноваційної діяльності зокрема.

Організаційна складова передбачає вдосконалення наявних і створення нових методів і форм організації виробництва, праці і процесів управління. Передбачена розробка й використання окремих або всієї сукупності нових елементів господарського механізму. Прогнозується також впровадження нових форм активізації людського фактора й дотримання чинного законодавства.



Внутрішня складова інноваційного потенціалу визначається умовами, які формують платформу або інституційний базис для інноваційного розвитку компанії. Внутрішня складова інноваційного потенціалу визначається, з одного боку, сукупністю сформованих умов, а з іншого боку — здатністю компанії використовувати такі умови для отримання необхідних (цільових) результатів.

Для аналізу внутрішньої складової доцільно спиратися на:

— *соціальний підхід*, у якому внутрішнє інноваційне середовище розуміється як сукупність правових, матеріальних, фінансово-економічних, політичних, духовних умов існування, формування взаємодіючих індивідів, соціальних груп, інститутів, культур, що забезпечують розробку нововведень і подальшу їх трансформацію в нововведення;

— *діяльнісний підхід*, в якому внутрішнє інноваційне середовище розуміється як соціально-економічне, організаційно-правове і політичне середовище, що забезпечує (стимулює) або гальмує розвиток інноваційної діяльності компанії;

— власне *середовищний підхід* розглядає інноваційний стан або як поєднання внутрішнього і зовнішнього середовищ учасника інноваційного процесу, або як оточення учасника інноваційного процесу, що чинить непрямий або прямий вплив на умови інноваційної діяльності та її результат або оточення, що становить зовнішнє середовище певного учасника інноваційного процесу, що чинить непрямий або прямий вплив на умови інноваційної діяльності та її результат.

Зазначимо, що в останньому аспекті (власне середовищний підхід) інноваційне середовище розглядається не тільки як оточення, але і як соціально-економічне, правове положення, в якому відбувається передача і використання знань, комерціалізація інновацій.

Цільовою ознакою інноваційного потенціалу компанії є ефективна складова. Вона відображає кінцевий результат реалізації наявних можливостей (у вигляді нового продукту, отриманого у ході здійснення інноваційного процесу). Загалом, проблема визначення ефективності та підбір найбільш вигідних варіантів реалізації інновацій вимагає, по-перше, перевищення кінцевих результатів від їхнього використання над витратами для розробки, виробництва й реалізації інновацій і, по-друге, зіставлення отриманого від цього результату з результатами від використання інших аналогічних варіантів для інновацій. Значущість вказаної складової підтверджується тим, що її збільшення сприяє розвитку інших складових, і навпаки. Будучи результатом кількісної й якісної трансформації, ефективна складова допомагає виведенню на новий рівень формування інноваційного потенціалу компанії.

Взаємозв'язок ресурсної, управлінської, внутрішньої та ефективної складових інноваційного потенціалу компанії визначають необхідність виявлення на практиці їх оптимального зіставлення (виходячи з ролі й цінності, яку вони відіграють у формуванні інноваційного потенціалу). Так, незначна питома вага ресурсної складової обумовлена превалюванням якісних змін над кількісними. При цьому обмеженість необхідних ресурсів часом і простором може бути повністю або частково подолана



інтенсифікацією їх використання, застосуванням нових методів організації процесу, пошуком нових джерел їх залучення. При цьому, очевидно, існує певна межа відхилення величини складових інноваційного потенціалу від оптимального рівня. Іншими словами, подальша зміна будь-якого елемента тягне за собою або зниження віддачі від нього самого, або зменшення ефективності функціонування інших елементів, так як всі вони існують у системній єдності.

Висновки. Багатоваріантність тлумачень економічної сутності категорії «інноваційний потенціал компанії» спричинила необхідність трактування його як комплекс ресурсів і результатів інноваційної діяльності, що взаємопов'язані та взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем за належних організаційно-управлінських умов, а також підсистема інноваційної системи країни, представлена у вигляді людського, наукового, фінансового, інституційного та організаційного потенціалів, що забезпечують інноваційну діяльність компанії і визначають рівень її інноваційного розвитку, фінансової зрілості до ведення інноваційної діяльності і вирішення завдань для підвищення конкурентоспроможності на ринку та забезпечення стійкого зростання.

Невизначеність у дослідженнях, що здебільшого існують, класифікаційних ознак інноваційного потенціалу компанії зумовила розроблення методичного підходу, згідно з яким досліджувана категорія максимально повно розкривається за допомогою з'ясування її структури, яка може бути представлена єдністю основних складових (ресурсної, управлінської, внутрішньої, ефективної), що співіснують взаємно, припускають і обумовлюють один одного і під час використання є цілісною системою. Це сприяє створенню цілісного виразу інноваційного потенціалу із зазначенням взаємозв'язків його субкатегорій.

Реалізація сукупності теоретичних і методичних положень формування інноваційного потенціалу компанії є підґрунтям для підвищення задоволеності споживачів, побудови конкурентних переваг, а отже, здобуття та зберігання стійких ринкових позицій.

Список використаних джерел

1. Amara N., Landry R. (2005) Sources of Information as Determinants of Novelty of Innovation in Manufacturing Firms: Evidence from the 1999 Statistics Canada Innovation Survey. *Technovation*, 25 (3), pp. 245–259. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00113-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00113-5).
2. Catozzella A., Vivarelli M. (2014). The Catalysing Role of In-House R&D in Fostering Complementarity Among Innovative Inputs. *Industry and Innovation*, 21 (3), pp. 179–196. <https://doi.org/10.1080/13662716.2014.910890>.
3. Edquist C. (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. Pinter Publisher Ltd. London.
4. Archibugi D. (1996) *National Innovation Systems. A comparative Analysis*: Richard R. Nelson (Editor), (Oxford University Press, New York and London, 1993) xii+541 pp, *Research Policy*, 25 (5), pp. 838–842.
5. Franke N., Von Hippel E., Schreier M. (2006). Finding Commercially Attractive User Innovations: A Test of Lead-User Theory. *Journal of Prod-*



- uct Innovation Management*, 23 (4), pp. 301–315.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2006.00203.x>.
6. *Hájek P., Stejskal J.* (2018). R&D Cooperation and Knowledge Spillover Effects for Sustainable Business Innovation in the Chemical Industry. *Sustainability*, 10 (4), p. 1064. <https://doi.org/10.3390/su10041064>.
 7. *Varis M., Littunen H.* (2010). Types of Innovation, Sources of Information and Performance in Entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 13, pp. 128–154.
<http://doi.org/10.1108/14601061011040221>.
 8. *Leiponen A., Helfat C. E.* (2010). Innovation Objectives, Knowledge Sources, and the Benefits of Breadth. *Strategic Management Journal*, 31 (2), pp. 224–236. <https://doi.org/10.1002/smj.807>.
 9. *Newman A., Gao Y., Zheng J.* (2015). Overcoming the Innovation Challenge: Examining the Determinants of New Product Innovation in Chinese SMEs. In: *Cumming D., Firth M., Hou W., Lee E. (eds) Developments in Chinese Entrepreneurship*. (pp. 33–57). New York : Palgrave Macmillan US. http://doi.org/10.1057/9781137412508_2.
 10. *Nilakanta S., Scamell R. W.* (1990). The Effect of Information Sources and Communication Channels on the Diffusion of Innovation in a Data Base Development Environment. *Management Science*, 36 (1), 24–40.
<http://doi.org/10.1287/mnsc.36.1.24>.
 11. *Bottazzi L., Peri G.* (2003). Innovation and Spillovers in Regions: Evidence from European Patent Data. *European Economic Review*, 47 (4), pp. 687–710. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(02\)00307-0](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(02)00307-0).
 12. *Fountain J. E.* (1998). Social Capital: Its Relationship to Innovation in Science and Technology, *Science and Public Policy*, 25 (2), pp. 103–115.
<https://doi.org/10.1093/spp/25.2.103>.
 13. *Evangelista R., Perani G., Rapiti F., Archibugi D.* (1997). Nature and Impact of Innovation in Manufacturing Industry: Some Evidence from the Italian Innovation Survey. *Research Policy*, 26 (4–5), pp. 521–536.
[https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(97\)00028-0](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(97)00028-0).
 14. *Hajek P., Henriques R., Hajkova V.* (2014). Visualising Components of Regional Innovation Systems Using Self-Organizing Maps-Evidence from European Regions. *Technological Forecasting and Social Change*, 84, pp. 197–214. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.07.013>.
 15. *Cooke P., Boekholt P., Tödtling F.* (2000). The Governance of Innovation in Europe: Regional Perspectives on Global Competitiveness, London; New York: Pinter.
 16. *Dachs B., Ebersberger B., Löff H.* (2008). The Innovative Performance of Foreign-Owned Enterprises in Small Open Economies. *The Journal of Technology Transfer*, 33 (4), pp. 393–406. <https://doi.org/10.1007/s10961-007-9058-7>.
 17. *Maskell P.* (2000). Social Capital, Innovation, and Competitiveness. In *S. Baron, J. Field, T. Schuller (Eds.), Social Capital: Critical Perspectives* (pp. 111–123). Oxford : Oxford University Press.

Надійшла до редакції 01.12.2019



Svitlana ANDROS

National Science Center "Institute for Agricultural Economics"

Shichao CHANG

Taras Shevchenko National University of Kyiv

On the Issue of the Economic Essence of the Category «Innovative Potential of the Company»

The article defines the role of innovative potential in the innovative development of companies. The purpose of the article is to consider the theoretical and methodological aspects of the formation of the innovative potential of the company, its economic essence, the content of elements and structure, as well as to identify the influence of factors on the development of the innovative potential of the company. The problem posed in the article made it necessary to study the publications of foreign scientists and economists in the field of innovation. The relevance of the article is due to a different understanding of the term "innovative potential of the company" by foreign scientists and practitioners, as well as the lack of comprehensive methodological research in this area. Existing approaches to the economic essence of the category of «innovative potential» of the company are considered. The positions of specialists in the interpretation of this concept are determined. The conceptual approaches to the study of the innovative potential of the company are analyzed. The economic essence and significance of the innovative potential are determined based on its genesis and role for the innovative development of the company. The basic elements of the innovative potential of the company are considered. The general, special and specific characteristics of this concept in the system of socio-economic relations are presented. The ambiguity of the analyzed approaches to this category is determined and the author's interpretation of the "innovative potential of the company" is proposed. The key factors affecting the formation of the innovative potential of the company are identified. The direction of their impact is established, the features of the formation of the innovative potential of the company as a way to increase its competitiveness are disclosed based on the hermeneutic approach. Based on the analysis of theoretical provisions, the structure of the innovative potential of the company as a unity of components (resource, managerial, internal and effective) that coexist mutually, suggest and condition each other is improved. The classification of the components of innovative potential is improved and the directions of their influence on the formation of the innovative potential of the company are systematized. The morphological classification has been improved which allows optimizing the complex of existing approaches to the formation of the innovative potential of the company. The practical significance of the results obtained is that the proposals for the development of innovative potential developed in it can be used by companies to increase innovation activity and competitiveness.

Keywords: *innovative potential, category, concept, structure.*