



Сі Цо ЧАН<sup>1</sup>

## ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЙ: РЕЗУЛЬТАТ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

*Аргументовано та узагальнено теоретичні аспекти формування інноваційного потенціалу компаній. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні теоретичних і методичних підходів до формування інноваційного потенціалу компаній на засадах систематизації та узагальнення фундаментальних наукових праць. Опрацювання літератури засвідчує необхідність забезпечення системного бачення вказаної наукової проблеми на якісно новому рівні. Актуальність дослідження визначається необхідністю розробки науково-обґрунтованих підходів до формування інноваційного потенціалу компаній. Досліджено сутність категоріальних понять і характеристик інноваційного потенціалу. Визначено економічну сутність інноваційного потенціалу компанії та особливості його формування. Опрацьований і доповнений понятійний апарат, що характеризує концептуальний підхід до інновацій. Розглянуто системний підхід до формування інноваційного потенціалу компанії на основі визначення будови інноваційних ресурсів компанії. Розглянуто ресурсні аспекти формування інноваційного потенціалу компанії на засадах інтегрального, галузевого, факторного, результативного та комбінованого підходів. Доведено, що якість інноваційного потенціалу ви-*

---

<sup>1</sup> аспірант,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
[changshichao8888@126.com](mailto:changshichao8888@126.com),  
<https://orcid.org/0000-0003-2945-5220>.



*значається не тільки величиною тих чи інших ресурсів, але і їх збалансованістю, наявністю оптимальних пропорцій між ними. Зроблено огляд умов формування інноваційного потенціалу та особливості його проведення. Удосконалені методичні підходи до формування інноваційного потенціалу компанії на основі механізму раціональної декомпозиції елементів інноваційного потенціалу. Розглядаються етапи формування інноваційного потенціалу компанії. Виявлено та проаналізовано фактори, що стимулюють інноваційну діяльність компаній, і фактори, що їх обмежують. Розширено термінологічний апарат наукового дослідження, що дозволяє оптимізувати комплекс сформованих підходів до формування інноваційного потенціалу компанії. Практична цінність результатів дослідження обумовлена необхідністю вдосконалення інноваційних процесів у компаніях за рахунок поліпшення механізмів і методів формування їх інноваційного потенціалу. Теоретичні положення і висновки можуть бути використані для вирішення питань, пов'язаних з інноваційним розвитком бізнес-процесів у компаніях та управлінням їх виробничою діяльністю.*

**Ключові слова:** інноваційний потенціал, компанії, підходи, ресурси, формування.

**П**ерехід України на інноваційний шлях розвитку зумовлює динаміку економічного зростання і рівень конкурентоспроможності компаній. Конкурентоспроможність компаній обумовлена інноваційним розвитком. В умовах загострення конкуренції між компаніями, коли значимість природних конкурентних переваг втрачається на користь придбаних, необхідний якісно новий підхід до формування інноваційного потенціалу компаній, що характеризується їх готовністю і здатністю до використання інноваційних можливостей.

Глобальні зміни, що відбуваються в економіці, детермінують формування концептуальних підходів до розуміння такого складного явища, як інноваційний потенціал компаній, який виступає основним фактором ефективності інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, використання яких призведе до досягнення переваг і стратегічної мети, потрібно нарощувати і розвивати. У такому контексті перед компаніями стоять одні й ті ж проблеми: в умовах глобалізації, що охоплює нові сфери діяльності, конкуренція загострюється не тільки на національних рамках, а й на світових ринках. Тому українським компаніям доводиться дедалі активніше змагатися за якістю і технічним рівнем продукції із зарубіжними компаніями, які за багатьма позиціями мають значні конкурентні переваги.

Це зумовлює об'єктивну необхідність дискурсивного вивчення понятійно-термінологічного апарату, що характеризує інноваційний потенціал, формування інноваційного потенціалу компаній, ефективність інноваційної діяльності компаній, а також необхідність виявлення й опису взаємозв'язку між вказаними категоріями. Глибина, масштабність, висока



актуальність, зростаюча практична значущість досліджуваних проблем зумовили вибір теми статті.

Нині проблема формування інноваційного потенціалу різних соціально-економічних систем досліджується багатьма вченими. В Україні створено певний теоретичний фундамент аналізу формування інноваційного потенціалу підприємств і рівня його використання. Втім, інформаційна база з цього питання є недостатньою, наявні розробки щодо інноваційного потенціалу компаній не введено в систему, вкрай необхідну в умовах глобальної конкуренції. Незважаючи на досить часте використання терміна «інноваційний потенціал», дотепер відсутній єдиний погляд щодо змісту цього поняття і його природи. Недостатня систематизація та узагальнення вказаної дефініції на основі фундаментальних досліджень за наявності глибоких інноваційних прогалів у компаніях обумовлюють необхідність забезпечення її системного бачення, а також вивчення вказаної наукової проблеми на якісно новому рівні.

Представлений рукопис статті базується на науково-методологічних працях зарубіжних вчених і практиків з проблем інноваційного розвитку підприємств.

*Мета статті* полягає в обґрунтуванні теоретичних і методичних підходів до формування інноваційного потенціалу компаній на засадах систематизації та узагальнення фундаментальних наукових праць.

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

Інноваційний потенціал компаній є однією з основних характеристик, яка поєднує в собі сукупність фундаментальних властивостей інноваційної діяльності та здатність вигідно для себе використовувати вплив зовнішнього середовища і потенційні можливості, що існують власне у внутрішньому середовищі. Це дозволяє використовувати інноваційний потенціал компаній як потужний інструмент прийняття виважених управлінських рішень у процесі здійснення інноваційної діяльності.

Вказане обумовлює необхідність проведення глибокого опрацювання інноваційного потенціалу як об'єкта управління, оскільки не можна керувати тим, зміст чого розкрито недостатньо повно. При цьому уточненню, перш за все, підлягають зміст, складові та класифікація інноваційного потенціалу компаній. Так, згідно з підходом R. Landry, N. Amara та M. Lamari, складовими інноваційного потенціалу компанії є частина трудових ресурсів, зайнятих інноваційною діяльністю, в їх кількісному й якісному вимірі; нові комбінації природних ресурсів; нові виробничі фонди і технології; інституційні компоненти як норми і правила виконання новаторської діяльності; доступність і якість інформації, відчужених від індивіда й усупільнених знаннями, навичками, вмінням, а також отримані людиною відомості від природного і соціального середовищ [1]. F. Malerba включає до інноваційного потенціалу компанії такі елементи: персональні характеристики, організацію процесу впровадження новацій, безпосереднє оточення, формування контактної системи «компанія — зов-



нішне середовище», галузеву приналежність, інноваційний клімат, реалізацію інноваційного менеджменту та інноваційного маркетингу [2]. S. Karim у структурній моделі інноваційного потенціалу відрізняє такі його елементи: організація управління, дослідження і розробки, маркетинг, використовувані технології, кадри, інформаційна база, бажання і спроможність компанії до використання власних інноваційних резервів [3]. De C. Bresson і F. Amesse характеризують інноваційний потенціал як готовність системи до зміни певного набору компонентів в інший стан для задоволення існуючих потреб [4]. Згідно з позицією D. Foray, інноваційний потенціал компаній визначається їх імітаційною можливістю сприймати нововведення і власноруч створювати зміни в бізнесі [5]. A. Brem, M. Maier та C. Wimschneider розглядають інноваційний потенціал як сукупність ресурсної та організаційно-технічної забезпеченості, які використовуються компанією для розробки і впровадження інновацій та виробництва на їх основі конкурентоспроможної продукції [6]. Y. S. Hwang, M. H. Hwang та X. Dong щодо вказаного поняття роблять акценти на здатності компаній забезпечити необхідний ступінь оновлення виробничих факторів у результаті належної організації виробничого процесу і випуску продукції [7]. На думку V. Prokop, J. Stejskal та H. Kuvíková, інноваційний потенціал — це ступінь готовності компаній до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновацій [8].

Наведений вище перелік підходів до визначення інноваційного потенціалу компанії, на наш погляд, мав би сенс, якби вчені дотримувалися власної ж позиції, що всі характеристики вказаного поняття необхідно розглядати комплексно, в їх взаємозв'язку і взаємозумовленості як деяку діалектичну єдність, адже в іншому разі це поняття втрачає свій категоріальний і системний зміст.

Теоретичні узагальнення фундаментальних досліджень дозволили виділити ключові концептуальні підходи до поняття «інноваційний потенціал». Відповідно до першого підходу, вказана дефініція ототожнюється з науковим, інтелектуальним, творчим і науково-технічним потенціалами. Так, F. Vidault і T. Cummings досліджують це поняття у прив'язці до сукупності установ, підрозділів та інших структур різних форм власності, галузевої та відомчої належності, які здійснюють наукову і науково-технічну діяльність і беруть участь у реалізації її результатів через інноваційну діяльність [9]. D. Archibugi і M. Planta розглядають науково-технічний потенціал у розрізі науково-дослідних, проектно-конструкторських, технологічних установ, експериментальних виробництв, персоналу та технічних засобів цих установ [10]. Om Narasimhan, Surendra Rajiv вивчають це поняття через призму наукових, проектних та конструкторських розробок, експериментальних послуг, пов'язаних з підготовкою нового виробництва, інструментів і обладнання для проведення наукомістких операцій, засобів технологічного контролю [11].

Представники другого підходу розглядають поняття «інноваційний потенціал» як впорядкований набір ресурсів, які забезпечують здійснення інноваційної діяльності суб'єктів ринку. Dierickx Ingemar і Cool Karel ха-



рактеризують інноваційний потенціал як комплекс наукового, кадрового, технічного, фінансово-економічного та інформаційно-комунікаційного потенціалів, що перебувають в тісному органічному зв'язку [12]. Jaffe V. Adam досліджує інноваційний потенціал у частині науково-технічних, технологічних, інфраструктурних, фінансових, правових, соціокультурних можливостей забезпечити сприйняття і реалізацію нововведень, тобто отримання інновацій [13]. Charles I. Jones акцентує увагу на сукупності саме виробничих ресурсів цільового призначення, що перебувають у взаємозв'язку і взаємозалежності [14]. R. Basant і V. Fikkert наголошують на сукупності ресурсів, які можуть бути використані для проведення наукових розробок, виробництва, розповсюдження та використання конкретних видів інновацій [15]. David T. Coe і Elhanan Helpman формулюють цю дефініцію з позиції науково-дослідних, виробничих, технологічних, кадрових, інфраструктурних, фінансових, правових можливостей суб'єктів соціально-економічної системи, здатних забезпечити розробку, виробництво, сприйняття і дифузю інновацій [16]. А. В. Jaffe, М. Trajtenberg та R. Henderson характеризують інноваційний потенціал як набір знань і навичок новатора реалізувати певну ідею нововведення [17]. Згідно з позицією В. Crèpon, Е. Duguet та J. Mairesse, інноваційний потенціал представляє організований комплекс взаємопов'язаних умов і ресурсів [18]. Схожої думки дотримується Zvi Griliches, який трактує це поняття як набір матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науково-технічних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності [19]. Р. Milgrom і J. Roberts акцентують на сукупності інноваційних ресурсів, представлених у вигляді продукції інноваційної діяльності виробничої сфери [20]. М. Piva і М. Vivarelli також наголошують на наявних у розпорядженні учасників інноваційної діяльності ресурсах (кадрових, фінансових, матеріально-технічних, інформаційних) [21].

Результати наукового пошуку свідчать, що в багатьох фундаментальних роботах вчені концентрують зусилля тільки на окремих сторонах інноваційного потенціалу, тому представлені в наукових джерелах досить своєрідні трактування інноваційного потенціалу, слабо зіставляються між собою.

У рамках третього підходу вчені розглядають інноваційний потенціал як набір можливостей створення інновацій. Такого погляду тримаються J. West і М. Bogers: комплекс технологічних, інфраструктурних, фінансових, соціокультурних можливостей, здатних забезпечити сприйняття і реалізацію нововведень [22]. А. Salter, W. Vanhaverbeke та Н. Chesbrough вважають, що інноваційний потенціал є мірою готовності компанії виконати завдання, які сприяють досягненню поставленої інноваційної мети, тобто підготовленість компанії до здійснення інноваційної програми, спрямованої на реалізацію інноваційних перетворень або впровадження інновацій [23]. Схожа позиція в А. Ali: міра готовності компанії виконувати завдання для досягнення поставлених інноваційних завдань, тобто її здатність реалізувати інноваційний проект [24]; а також у R. E. Caves: міра готовності до створення, освоєння і поширення різного типу нововведень, до реалізації інновацій у фінансових результатах [25].



О. Branzei і I. Vertinsky характеризують інноваційний потенціал через граничні, максимальні можливості компанії в частині генерації та втілення інноваційних ідей [26]. Згідно з позиції Н. Lööf і А. Heshmati, інноваційний потенціал є описом можливостей компанії досягати мети за рахунок реалізації інноваційних проектів [27]. В. Lokshin, R. Belderbos та М. Sargee визначають це поняття як здатність до стимулювання, формування та впровадження інновацій. При цьому інновації в компанії розглядаються у прив'язці до стратегії, організації й майстерності управління персоналом, які у взаємозв'язку і взаємодії доповнюють один одного й обумовлюють ефект синергії інноваційної ідеї [28].

Доволі всеосяжною в питаннях дослідження інноваційного потенціалу є позиція В. Cassiman і R. Veugelers: реальні можливості інноваційної системи до створення нових продуктів, їх ефективне просування і виведення на ринок, а також здатність до сприйняття досвіду інших країн, своєчасної та адекватної реакції на мінливі умови зовнішнього і внутрішнього середовищ [29].

Представники інтегрального підходу Т. Bresnahan, Е. Brynjolfsson та L. M. Hitt щодо формування інноваційного потенціалу компаній розглядають у нерозривному взаємозв'язку з виробничо-технологічним, фінансовим, управлінським, організаційним, трудовим та інтелектуальним потенціалах. При цьому ресурсний потенціал компаній, на думку вчених, — це різні види ресурсів, а також можливості, які забезпечують здійснення інноваційної діяльності [30].

Згідно з думкою прихильників галузевого підходу, економічний зміст інноваційного потенціалу виявляється в досягненні науково-технічного потенціалу галузей, які можуть змінити структуру суспільного виробництва в частині нарощення частки наукоємних високотехнологічних виробництв у валовому продукті держави (К. Pavitt) [31]; всі види ресурсів, потенційні можливості і науково-творчі компоненти, які мобілізуються для досягнення мети інноваційного розвитку компаній, галузі і країни в цілому (G. P. Pisano) [32]. N. Murovec і I. Prodan інноваційний потенціал компанії розглядають через механізм інноваційного поглинання. Механізм абсорбції інновацій промисловістю є набором інституційних рішень і організаційно-технічних умов, в яких діють компанії. Такий механізм дозволяє компаніям (з економічної і психологічних сторін схиляе, стимулює, змушує) жваво сприймати і впроваджувати технічні інновації, що йдуть як з науково-дослідних джерел, так і з інших компаній [33].

Прихильниця факторного підходу Н. Forsman характеризує інноваційний потенціал як низка факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ, використання яких дозволяє компанії впроваджувати інновації [34].

Поряд з розглянутими формулюваннями вчених, існують і визначення інноваційного потенціалу з погляду результативного підходу (Robert D. Dewar, Jane E. Dutton), зокрема під час розгляду цього поняття вченими враховуються результати інноваційної діяльності у вигляді нових знань і застосування цих знань на практиці [35]. А. Brem і А. Radziwon визначають інноваційний потенціал як набір нововведень. Що ефективніші нові технології, що більше вони можуть бути поширені у





виробництві, що масштабніше ринок кінцевої продукції, то вище інноваційний потенціал [36].

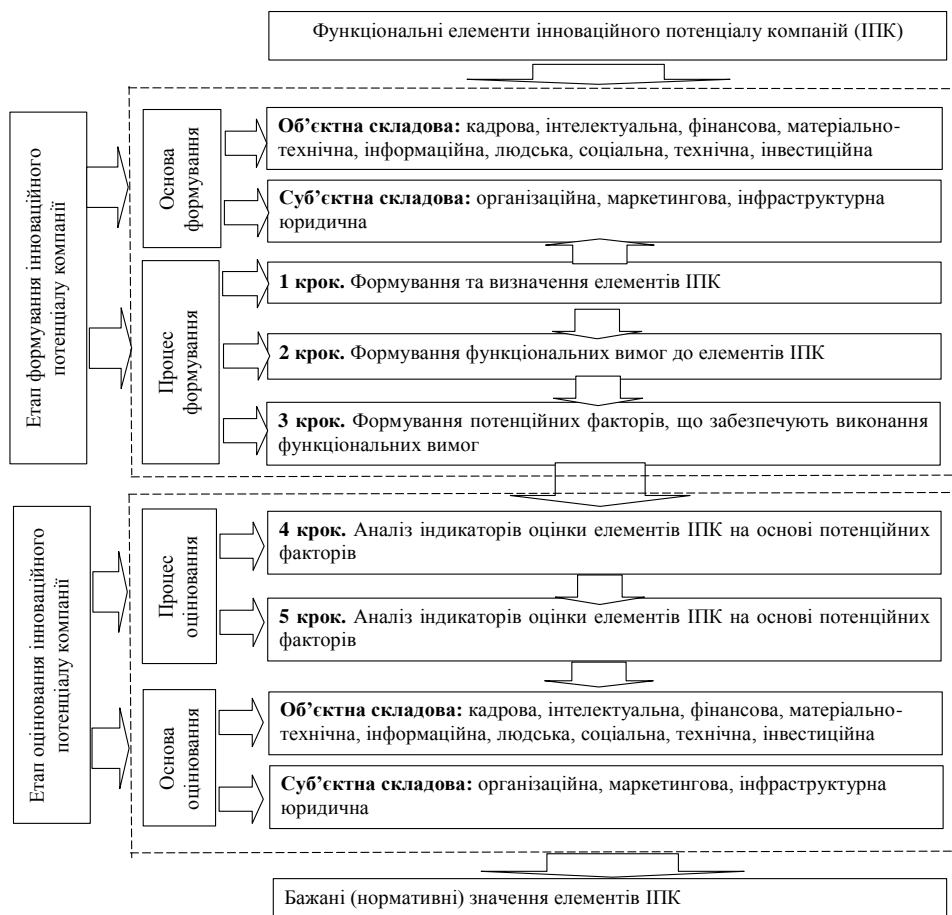
І, нарешті, приборічники комбінованого підходу F. Carra, Sette F. Del, D. Hayes та F. Rosso вважають, що інноваційний потенціал заснований на оцінці цілої низки як науково-технічних ресурсів, так і результатів їх практичного використання [37]. Узагальнюючи різні концептуальні підходи, зазначимо, що комбінований варіант, на відміну від інших підходів, характеризує не тільки загальне економічне становище, а й ефективність реалізації наявних ресурсів.

Таким чином, з одного боку, компанії в силу обмеженості власного інноваційного потенціалу змушені шукати більш вигідні варіанти, виходити з ситуації, що є на сьогодні, інтенсифікувати використання наявних ресурсів, тобто приводити в рух систему загалом. З іншого боку, лімітований характер ресурсів може загальмувати або погасити формування власне самого інноваційного потенціалу. Втім, очевидно, що всі види ресурсів тією чи іншою мірою якісно і кількісно впливають на інноваційний потенціал компаній.

На формування інноваційного потенціалу компаній впливають фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ: якщо технічні та організаційні (практично повністю), а економічні та соціальні (частково) елементи інноваційного потенціалу компанії прямо ініціюють, створюють і використовують, то економічні, соціальні і юридичні компоненти вони тільки використовують. Безсумнівно, формування інноваційного потенціалу компаній можливе тільки за рахунок створення новацій і використання нововведень, а також за умови достатніх інвестиційних ресурсів.

Стан інноваційного потенціалу компанії визначається єдиним станом всіх структурних частин виробничо-господарської діяльності компанії. Інноваційний потенціал необхідно постійно розвивати і підтримувати в робочому стані, постійно коректуючи відповідно до встановлених термінів. Ефективне управління інноваційним потенціалом компанії дозволяє досягти таких результатів: максимізувати цінність інноваційного потенціалу; збалансувати склад потенціалу за ступенем новизни, ризику і очікуваної прибутковості інноваційних проектів, їх тривалості; визначити стратегічний напрямок проектів і здійснити своєчасне вирішення першочергових завдань; оптимізувати кількість проектів з урахуванням обмеженості фінансових ресурсів і можливостей компанії щодо їх реалізації (наявність персоналу, науково-технічної бази, знань, досвіду тощо).

Враховуючи зазначене, пріоритетного значення набуває розвиток концептуального підходу до формування інноваційного потенціалу компанії (рис. 1).



**Рис. 1. Концептуальний підхід до формування інноваційного потенціалу компанії**

*Примітка:* Удосконалено за [38].

Як видно з рис. 1, цей підхід заснований на теоретико-методологічній базі механізму формування інноваційного потенціалу компанії. Етап формування передбачає формування інноваційного потенціалу як елемента об'єктної складової із сукупністю відповідних елементів. Цей етап містить формування та визначення інноваційного потенціалу; формування вимог до інноваційного потенціалу, які висуває стратегія інноваційної діяльності; формування потенційних факторів, які забезпечують виконання пропонованих умовами реалізації стратегії інноваційної діяльності вимог. Основою для формування вимог до інноваційного потенціалу та факторів, які забезпечують їх виконання, є інноваційні завдання і стратегія інноваційної діяльності.





### Висновки дослідження.

Багатоваріантність фундаментальних підходів до формування інноваційного потенціалу компаній дозволило виділити такі основні його ознаки:

а) інноваційний потенціал містить невикористані ресурсні можливості, які можна привести в дію для реалізації стратегії інноваційної діяльності компанії;

б) інноваційний потенціал представлений багатьма видами ресурсів, рівень розвитку яких повинен бути достатній для здійснення успішної інноваційної діяльності;

в) інноваційний потенціал є певною ознакою спроможності, бажання компанії як інноваційної системи до результативної інноваційної діяльності;

г) інноваційний потенціал компанії є центральною підсистемою соціально-економічного потенціалу країни і визначає потенційну можливість здійснення інноваційної діяльності.

Теоретично обґрунтовано методичний підхід до формування інноваційного потенціалу компанії, який, на противагу існуючим підходам, враховує комплекс взаємопов'язаних умов і сукупність ресурсів у контексті системного подання взаємодії та взаємозв'язку ресурсної, внутрішньої і результативної складових компаній, за допомогою яких можна забезпечити результативність процесу виробництва і відтворення науково-технічних і технологічних нововведень, а також можливість здійснення інноваційної діяльності.

Запропоновано концептуальний підхід до формування інноваційного потенціалу компанії, який дозволяє визначити зміни в її інноваційній діяльності, створити ефективну систему моніторингу інноваційної діяльності, вибрати найбільш прийнятну стратегію інноваційної діяльності та розробити ефективні рішення, спрямовані на зростання інноваційного потенціалу компанії загалом.

Практична цінність результатів дослідження обумовлена необхідністю вдосконалення інноваційних процесів компаній за рахунок поліпшення механізмів і методів формування їх інноваційного потенціалу. Теоретичні положення статті можуть бути використані для вирішення питань, пов'язаних з інноваційним розвитком бізнес-процесів компаній та управлінням їх виробничою діяльністю.

### Список використаних джерел

1. *Landry R., Amara N., Lamari M.* (2000). Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 69, Issue 7, pp. 681–701. [https://doi.org/10.1016/S0040-1625\(01\)00170-6](https://doi.org/10.1016/S0040-1625(01)00170-6).
2. *Malerba F.* (1992). Learning by Firms and Incremental Technical Change. *Economic Journal, Royal Economic Society*, Vol. 102, Issue 413, pp. 845–859. <https://doi.org/10.2307/2234581>.
3. *Karim S.* (2009). Business Unit Reorganization and Innovation in New Product Markets. *Management Science*, Vol. 55, No. 7, pp. 1237–1254. July. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1090.1017>.



4. *De Bresson C., Amesse F.* (1991). Networks of Innovators: A Review and Introduction to the Issue. *Research Policy*, Vol. 20, Issue 5, pp. 363–379. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(91\)90063-V](https://doi.org/10.1016/0048-7333(91)90063-V).
5. *Foray D.* (2000). Characterizing the Knowledge Base: Available and Missing Indicators. In: OECD, Ed., *Knowledge Management in the Learning Society*, OECD, Paris, pp. 239–257.
6. *Brem A., Maier M., Wimschneider C.* (2016). Competitive Advantage through Innovation: The Case of Nespresso. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 19, Issue 1, pp. 133–148. <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2014-0055>.
7. *Hwang Y. S., Hwang M. H., Dong X.* (2015). The Relationships Among Firm Size, Innovation Type, and Export Performance With Regard to Time Spans. *Emerging Markets Finance and Trade*, Vol. 51, Issue 5, pp. 947–962. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1061386>.
8. *Prokop V., Stejskal J., Kuvíková H.* (2017). The Different Drivers of Innovation Activities in European Countries: A Comparative Study of Czech, Slovak, and Hungarian Manufacturing Firms. *Ekonomický Casopis*, Vol. 65, Issue 1, pp. 31–45.
9. *Bidault F., Cummings T.* (1994). Innovating through Alliances: Expectations and Limitations. *R&D Management*, Vol. 24, Issue 1, pp. 33–45. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.1994.tb00845.x>.
10. *Archibugi D., Planta M.* (1996). Measuring Technological Change through Patents and Innovation Surveys. *Technovation*, Vol. 16, Issue 9, pp. 451–468. [https://doi.org/10.1016/0166-4972\(96\)00031-4](https://doi.org/10.1016/0166-4972(96)00031-4).
11. *Om Narasimhan, Surendra Rajiv, Shantanu Dutta* (2006). Absorptive Capacity in High-Technology Markets: The Competitive Advantage of the Haves. *Marketing Science, INFORMS*, Vol. 25, Issue 5, pp. 510–524. <https://doi.org/10.1287/mksc.1060.0219>.
12. *Dierickx Ingemar, Cool Karel* (1989). Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. *Management Science*, Vol. 35, Issue 12, pp. 1504–1511. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1504475>; <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.12.1504>.
13. *Jaffe Adam B.* (1986). Technological Opportunity and Spillovers of R&D: Evidence from Firms' Patents, Profits, and Market Value. *American Economic Review, American Economic Association*, Vol. 76, Issue 5, pp. 984–1001. <https://doi.org/10.3386/w1815>.
14. *Jones Charles I.* (1995). R&D-Based Models of Economic Growth. *Journal of Political Economy, University of Chicago Press*, Vol. 103, Issue 4, pp. 759–784. <https://doi.org/10.1086/262002>.
15. *Basant R., Fikkert B.* (1996). The Effects of R&D, Foreign Technology Purchase, and Domestic and International Spillovers on Productivity in Indian Firms. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 78, Issue 2, pp. 187–199. <https://doi.org/10.2307/2109920>.
16. *Coe D. T., Helpman E.* (1993). International R&D Spillovers, *NBER Working Papers 4444*, National Bureau of Economic Research, Inc.
17. *Jaffe Adam B., Trajtenberg M., Henderson R.* (1993). Geographic Localization of Knowledge Spillovers as Evidenced by Patent Citations. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108, Issue 3, pp. 577–598. <https://doi.org/10.2307/2118401>.
18. *Crupon B., Duguet E., Mairesse J.* (1998). Research, Innovation and Productivity: An Econometric Analysis at the Firm Level. *Economics of*



- Innovation and New Technology*, Vol. 7, Issue 2, pp. 115–156. <https://doi.org/10.3386/w6696>.
19. Zvi Griliches. (1979). Issues in Assessing the Contribution of Research and Development to Productivity Growth. *Journal of Economics*. The RAND Corporation, Vol. 10, Issue 1, pp. 92–116. Spring.
  20. Milgrom P., Roberts J. (1995). Complementarities and Fit: Strategy, Structure and Organizational Change in Manufacturing. *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 19, Issues 2–3, pp. 179–208. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(94\)00382-F](https://doi.org/10.1016/0165-4101(94)00382-F).
  21. Piva M., Vivarelli M. (2007). Is Demand-Pulled Innovation Equally Important in Different Groups of Firms? Camb J Econ. Cambridge. *Journal of Economics*, Vol. 31, Issues 5, pp. 691–710. <https://doi.org/10.1093/cje/bem010>.
  22. West J., Bogers M. (2014). Leveraging External Sources of Innovation: A Review of Research on Open Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 31, Issue 4, pp. 814–831. <https://doi.org/10.1111/jpim.12125>.
  23. West J., Salter A., Vanhaverbeke W., Chesbrough H. (2014). Open Innovation: The Next Decade: The Next Decade. *Research Policy*, Vol. 43, Issue 5, pp. 805–811. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.001>.
  24. Ali A. (1994). Pioneering Versus Incremental Innovation: Review and Research Propositions. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 11, Issue 1, pp. 46–61. [https://doi.org/10.1016/0737-6782\(94\)90118-X](https://doi.org/10.1016/0737-6782(94)90118-X); <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1110046>.
  25. Caves R. E. (1998). Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms. *Journal of Economic Literature*, Vol. 36, Issue 4, pp. 1947–1982. Available at SSRN : <https://ssrn.com/abstract=1506377>.
  26. Branzei Oana, Vertinsky Ilan (2006). Strategic Pathways to Product Innovation Capabilities in Smes. *Journal of Business Venturing*, Vol. 21, Issue 1, pp. 75–105. Available at SSRN : <https://ssrn.com/abstract=1503207>; <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.10.002>.
  27. Lööf H., Heshmati A. (2003). On the Relationship between Innovation and Performance: A Sensitivity Analysis. *Economics of Innovation and New Technology*, Vol. 15, Issue 4–5, pp. 317–344. <https://doi.org/10.1080/10438590500512810>.
  28. Lokshin B., Belderbos R., Carree M. (2006). Complementarity in R&D Cooperation Strategies. *Review of Industrial Organization*, Vol. 28, Issue 4, pp. 401–426. <https://doi.org/10.1007/s11151-006-9102-z>.
  29. Cassiman B., Veugelers R. (2006). In search of Complementarity in the Innovation Strategy: Internal R&D and External Knowledge Acquisition. *Management Science*, Vol. 52, Issue 1, pp. 68–82. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0470>.
  30. Bresnahan T., Brynjolfsson E., Hit L. M. (2002). Information Technology, Workplace Organization, and the Demand for Skilled Labor: Firm-Level Evidence. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 117, Issue 1, pp. 339–376. <https://doi.org/10.3386/w7136>.
  31. Pavitt K. (1984). Sectoral Patterns of Technical Change: Towards a Taxonomy and a Theory. *Research Policy*, Vol. 13, Issue 6, pp. 343–373. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(84\)90018-0](https://doi.org/10.1016/0048-7333(84)90018-0).
  32. Pisano Gary P. (1990). The R&D Boundaries of the Firm: An Empirical Analysis. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 35, No. 1, pp. 153–176. <https://doi.org/10.2307/2393554>.



33. Murovec N., Prodan I. (2009). Absorptive Capacity, its Determinants, and Influence on Innovation Output: Cross-Cultural Validation of the Structural Model. *Technovation*, Vol. 29, Issue 12, pp. 859–872. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.05.010>.
34. Forsman H. (2011). Innovation Capacity and Innovation Development in Small Enterprises. A Comparison between the Manufacturing and Service Sectors. *Research Policy*, Vol. 40, Issue 5, pp. 739–750. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.02.003>.
35. Dewar R. D., Dutton J. E. (1986). The Adoption of Radical and Incremental Innovations: An Empirical Analysis, *Management Science*, INFORMS, Vol. 32, No 11, pp. 1422–1433. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1422>.
36. Brem A., Radziwon A. (2017). Efficient Triple Helix Collaboration Fostering Local Niche Innovation Projects—A Case from Denmark. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 123, pp. 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.01.002>.
37. Cappa F., Del Sette F., Hayes D., Rosso F. (2016). How to Deliver Open Sustainable Innovation: An Integrated Approach for a Sustainable Marketable Product. *Sustainability*, Vol. 8, Issue 12, p. 1341. <https://doi.org/10.3390/su8121341>.
38. Fosfuri A., Tribó J. A. (2008). Exploring the Antecedents of Potential Absorptive Capacity and its Impact on Innovation Performance. *Omega*, Elsevier, Vol. 36, Issue 2, pp. 173–187. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2006.06.012>.

Надійшла до редакції 30.01.2020

**Shichao CHANG**

*Taras Shevchenko National University of Kyiv*

### **Formation of the Innovative Potential of Companies: the Result of Systematization and Generalization of Basic Research**

*The theoretical aspects of the formation of innovative potential of companies are summarized. The purpose of the article is to substantiate theoretical and methodological approaches to the formation of innovative potential of companies based on systematization and generalization of fundamental scientific works. The study of literature indicates the need to ensure a systematic vision of the specified scientific problem at a qualitatively new level. The relevance of the article is determined by the need to develop scientifically based approaches to the formation of the innovative potential of companies. The essence of categorical concepts and characteristics of innovative potential is investigated. The economic essence of the innovative potential of companies and the features of its formation are determined. The conceptual apparatus characterizing the conceptual approach to innovation has been developed and supplemented. A systematic approach to the formation of the innovative potential of the company based on determining the structure of innovative resources of the company is considered. The resource aspects of the formation of the innovative potential of companies based on integrated, industry, factor, effective and combined approaches are considered. It is proved that the quality of innovative potential is determined not only by the size of certain resources, but also by their balance, the presence of optimal proportions between them. A review of the conditions for the formation of innovative potential and the features of its implementation are made. Improved methodological approaches to the formation of the innovative potential of the company based on the mechanism of rational decomposition of the elements of innovative potential. The stages of the formation of innovative potential of companies are considered. The factors stimulating the innovative activity of compa-*



*nies and the factors that limit them are identified and analysed. The terminological apparatus of scientific research has been expanded, which allows to optimize the complex of existing approaches to the formation of innovative potential of companies. The practical value of the research results is due to the need to improve innovative processes in companies by improving the mechanisms and methods of forming their innovative potential. Theoretical provisions and conclusions can be used to address issues related to the innovative development of business processes in companies and the management of their production activities.*

**Keywords:** *innovative potential, companies, approaches, resources, formation.*