

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЙ

Чан Сі Цо, аспірант кафедри економіки підприємства
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
changshichao8888@126.com

В результаті посилення інтенсивного процесу глобалізації світової економіки формується і розвивається нова парадигма економічного зростання. Згідно нової парадигми, інновації виступають важливим фінансовим ресурсом інтенсивного розвитку компаній. Посилення темпів і розширення масштабів інноваційних перетворень у компаніях диктують необхідність позбавлення від застарілих продуктів і технологій видів діяльності, які виявляються бар'єром на шляху до загальної модернізації. Прикладом реалізації даної вимоги в Україні є нова хвиля модернізації, заснована на вмінні генерувати та швидко адаптувати нові знання в передові товари і технології, що теж є інноваційним процесом, який демонструє перехід розвитку компаній у стійкий фінансовий стан.

Незаперечним є твердження, що рівень реалізації інноваційних процесів у промисловості, є каталізатором фінансового, науково-технічного, соціального і демографічного прогресу. Фундатор теорій економік і знань Пітер Друкер писав, що нині вирішальним фінансовим ресурсом, засобами виробництва, є вже не капітал, не природні ресурси і не праця. Їм стало і залишиться знання [1].

З огляду на наростання рівня обмеженості природних ресурсів і, відповідно можливості їх екстенсивного використання істотно зростає роль людського капіталу, який розробляє нові проектні рішення, тим самим активізується інноваційна забезпеченість ресурсами компаній. В результаті підвищення інноваційної спроможності компаній формується нова стратегія поведінки споживача і виробника на ринку, спрямована на забезпечення фінансової стійкості й оптимальної структури активів компаній, що має довгостроковий характер. Споживачі і виробники стають інноваційними, відбувається поєднання інтересів і дії ринкових сил з цілеспрямованим регулюванням інноваційних процесів як на рівні компаній, так і економіки в цілому.

У цьому випадку соціально-економічні відносини приймають інноваційну природу і стають загальною умовою інноваційного розвитку. Спостерігається тенденція переходу господарської діяльності зі сфери виробництва в сферу розробки, впровадження та розповсюдження нової продукції. В результаті, відбувається концентрація не тільки матеріально-фінансових ресурсів, а й інтелектуальних ресурсів, яка формує інноваційний потенціал компаній.

Для визначення кількісних і якісних характеристик інноваційного потенціалу, який повинна мати ефективно функціонуюча компанія, а також для отримання коректних оцінок впливу інноваційного потенціалу на розвиток компанії необхідно мати чітке визначення дефініції "інноваційний потенціал".

До останнього часу питанням формування інноваційного потенціалу компаній у наукових джерелах приділяється достатньо уваги, проте інформація переважно носить дискретний характер і відсутній однозначний підхід до економічного змісту даної категорії. Теорія інноваційного потенціалу як основа інноваційної діяльності не має системного характеру і чіткої структури. До сих пір не існує остаточного визначення "інноваційний потенціал", який міг би бути прийнятий за основу. Склад цього базового поняття також має різні авторські тлумачення і спірний характер.

Зважаючи на сказане, поглиблений аналіз сутності категорії "інноваційний потенціал" доцільно здійснювати, спираючись на такі складові категорії як "потенціал" та "інновація". Дефініція "потенціал" походить від латинського слова "potential", що означає гроші, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути використані для досягнення певної мети, вирішення якого-небудь завдання в конкретній галузі. З одного боку, це ступінь можливого прояву певної дії, певної функції, з іншого, потенціал, — це сукупність існуючих факторів, які можуть бути використані і приведені в дію для досягнення певної мети, результату. Поза прив'язкою до конкретної сфери, потенціал можна розглядати як здатність матерії переходити від можливості до реальності, від одного стану в інший. При цьому потенціал є мірою єдності досягнутого, яке може бути використане з певною метою, і можливого, тобто досяжного за певних умов [2].

Узагальнення наведеної інформації дозволяє стверджувати, що потенціал є не просто індикатором, який характеризує стан об'єкта (системи), а категорія, яка одночасно відображає сутність методологічних основ безлічі реальних процесів і явищ. Саме такий підхід дає можливість адекватно відобразити не тільки ту або іншу ситуацію, ті чи інші відносини, а і процеси, тренди їх розвитку і, таким чином, ефективність функціонування компанії в цілому.

Шумпетер Й. у 30-ті роки XX століття ввів поняття інновації, трактуючи його як зміна з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів,

ринків і форм організації в галузі [3]. Дефініції інновації, даної Шумпетером, дотримуються Acs Z., Anselin L., Varga A. і саме воно береться за основу при виробленні нормативно-правової бази в сфері інновацій [4]. Rammer C., Czarnitzki D., Spielkamp A. розглядають нововведення як кінцевий результат творчої діяльності, втілений у вигляді нової чи вдосконаленої продукції, яка реалізується на ринку, або нового чи вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності [5]. Soad A. і Rao R. пропонують такі види нововведень, як: базисні, що є основою для появи нових ринків збуту і галузей, що ведуть до зміни технологічної парадигми (радіоелектроніка); модернізовані, орієнтовані на часткове вдосконалення базового продукту, що не торкаються основної технологічної платформи і пов'язані з необхідністю різного роду економії; псевдо нововведення, які передбачають трансформації під впливом споживчих переваг [6].

Найбільш близьким до розуміння сутності інновації, з нашої точки зору, є підхід Ates A., Garengo P., Cossa P., Bititci U., які розглядають інновацію, як результат .. розв'язання існуючих протиріч за допомогою планомірної діяльності, що запобігає розбіжностям або нівелює напруження їх прояву [7]. Lee M. та Na D. вважають інновації динамічними процесами, які являють собою ряд взаємопов'язаних рішень, прийнятих окремими особами і групами. Ці інноваційні процеси необхідно аналізувати й оцінювати в цілому і в динамічному трактуванні, так як ефекти, отримані на кожному окремому етапі, визначають хід подальших етапів і остаточний результат [8].

Як бачимо, в науковій літературі існує велика кількість дефініцій інновації, що часто помітно відрізняються один від одного. Наприклад, поширеним є уявлення про інновації, як процесу впровадження в підприємницьку діяльність нових виробів, елементів, підходів, принципів замість діючих. Вважаємо, що цей підхід розкриває істотну ознаку досліджуваної дефініції — комерційне використання, проте не дозволяє обґрунтувати необхідність безперервності інноваційної діяльності, а також наукової основи її розробки. Систематизуємо найбільш загальні визначення інновації (рис. 1).

В цілому ми згодні з тим, що інновація завжди пов'язана з прогресом. У цьому зв'язку, вважаємо доцільним запропонувати своє трактування інновації, як діяльність людей, спрямована на зміни в технології виробництва або процесі надання послуг компанією для отримання економічної вигоди.

Поняття "інноваційний потенціал" вчені уточнювали в ході методологічних, теоретичних і емпіричних досліджень. На початку XXI століття інноваційний потенціал знаходить все більше поширення в літературі, виділяються окремі галузі, присвячені аналізу різних аспектів даної дефініції. Поняття "інноваційний потенціал" трактується різними авторами по-різному. Freeman C. розглядає дефініцію "інноваційний потенціал" як можливість, внутрішній ресурс системи, енергію, яка може бути мобілізована для певних цілей і за певних умов [10]. Green S. G., Gavin M. B., Aiman-Smith L., визначають інноваційний потенціал як комплекс системних взаємин, пов'язаних із запасами, потенційну енергію системи [11]. Як підкреслюють Kline S., Rosenberg N., інноваційний потенціал сприяє виникненню нових більш ефективних стратегій і дозволяє компанії розвиватися, оновлюючи її структуру відповідно до впливу зовнішнього середовища [12]. Godin B. вказану дефініцію трактує як здатність системи до трансформації фактичного стану речей у новий стан з метою задоволення існуючих або знову виникаючих потреб (суб'єкта-новатора, споживача, ринку) [13]. Wu Lei-Yu досліджує інноваційний потенціал як систему факторів і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу [14], що, на наш погляд, значно спрощує дійсність, а також локалізує сферу вживання цієї вагомої категорії.

Така кількість трактувань інноваційного потенціалу свідчить про виниклу невизначеність у розумінні основи інноваційного потенціалу компанії, що негативно позначається на її інноваційній діяльності. Тому в даній роботі основним авторським визначенням інноваційного потенціалу компанії буде таке: організаційно-управлінські можливості по включенню нових технологій у господарський оборот для генерації високої інноваційної активності за допомогою сукупності її структурних складових, спрямованих на досягнення цілей інноваційного розвитку компанії.



Рис. 1. Найбільш поширені визначення інновації та напрями розвитку компанії

*) Удосконалено автором за [9].

Список використаних джерел

1. Питер Друкер. Классические работы по менеджменту. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 220 с.
2. Cohen W.M., Levinthal D.A., 1990. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. Administrative Science Quarterly, Vol. 35, No. 1, Special Issue: Technology, Organizations, and Innovation, pp. 128-152. DOI: 10.2307/2393553.
3. Селигмен Б. Йозеф А. Шумпетер и его новатор. Основные течения современной экономической мысли. Москва: Прогресс, 1968. 600 с.
4. Acs Z.J., Anselin L., Varga A., 2002. Patents and innovation counts as measures of regional production of new knowledge, Research Policy, Elsevier, Vol. 31, Issue 7, pp. 1069-1085. DOI: 10.1016/S0048-7333(01)00184-6.
5. Rammer C., Czarnitzki D., Spielkamp A., 2009. Innovation success of non-RandD-performers: substituting technology by management in SMEs. Small Business Economics, Vol. 33, Issue 1, pp. 35-58. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-009-9185-7>.
6. Coad A., Rao R., 2008. Innovation and Firm Growth in High-Tech Sectors: A Quantile Regression Approach. Research Policy, Elsevier, Vol. 37, Issue 4, pp. 633-648. DOI: 10.1016/j.respol.2008.01.003.
7. Ates A., Garengo P., Cocca P., Bititci U., 2013. The development of SME managerial practice for effective performance management. Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 20, Issue 1, pp. 28-54. <https://doi.org/10.1108/14626001311298402>.

8. Lee M., Na D., 1994. Determinants of technical success in product development when innovative radicalness is considered. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 11, Issue 1, pp. 62-68. [https://doi.org/10.1016/0737-6782\(94\)90119-8](https://doi.org/10.1016/0737-6782(94)90119-8).
9. Arend R.J. 2014. Entrepreneurship and dynamic capabilities: how firm age and size affect the 'capability enhancement–SME performance' relationship. *Small Business Economics*, Vol. 42, Issue 1, pp. 33-57. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-012-9461-9>.
10. Freeman C., 1991. Networks of innovators: A synthesis of research issues. *Research Policy*, Vol. 20, Issue 5, pp. 499-514. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(91\)90072-X](https://doi.org/10.1016/0048-7333(91)90072-X).
11. Green S.G., Gavin, M.B., Aiman-Smith L., 1995. Assessing a Multidimensional Measure of Radical Technological Innovation. *Engineering Management, IEEE*, Vol. 42, No. 3, pp. 203-214. doi:10.1109/17.403738.
12. Kline S., Rosenberg N., 1986. An Overview of innovation, in Landau R, Rosenberg N, editors. *The Positive Sum Strategy: Harnessing Technology for Economic Growth*. National Academy of Sciences, Washington, DC. pp. 275-306.
13. Godin B., 2009. National Innovation System: The System Approach in Historical Perspective. *Science, Technology, & Human Values*, Vol. 34, No. 4, pp. 476-501. <https://www.jstor.org/stable/27786171>.
14. Wu Lei-Yu, 2007. Entrepreneurial resources, dynamic capabilities and start-up performance of Taiwan's high-tech firms. *Journal of Business Research*, Vol. 60, Issue 5, pp. 549-555. DOI: 10.1016/j.jbusres.2007.01.007.