

Кипоренко Віктор, Шумаєв Андрій. Формування інноваційного середовища як головний фактор розвитку цифрової трансформації економіки. *Економічний дискурс*. 2024. Випуск 3-4. С. 66-75.
DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2024-2-6>

УДК 654 : 331.3
JEL Classification O32

Кипоренко Віктор

к.е.н., провідний науковий співробітник відділу європейської інтеграції
та міжнародного співробітництва
Державна науково-технічна бібліотека України
м. Київ, Україна

E-mail: viktor_kiporenko@ukr.net
ORCID: 0009-0000-5396-2367

Шумаєв Андрій

аспірант
Національний авіаційний університет
м. Київ, Україна

E-mail: Andrey.shumaev999@gmail.com
ORCID: 0009-0005-4457-7121

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація

Вступ. Цифрова трансформація економіки є процесом інтеграції цифрових технологій у всі аспекти економічної діяльності. Вона передбачає зміну традиційних підходів до ведення бізнесу, управління підприємствами, а також взаємодії з державними та фінансовими установами. Важливим чинником для успішного здійснення цієї трансформації є формування інноваційного середовища, оскільки саме це середовище створює умови для інтеграції новітніх технологій, оптимізації бізнес-процесів та підвищення ефективності виробничих і фінансових систем.

Методи. Під час роботи над дослідженням використовувалися такі методи: аналізу і синтезу, діалектичний метод, метод системного підходу, логіко-семантичний метод, монографічний метод, метод узагальнення.

Результати. Запропоновано модель інноваційного середовища підприємства, яка виступає основою цифрової трансформації економіки. Науково обґрунтовано унікальність інноваційного середовища підприємства, що залежить від специфічних особливостей у його технологічному процесі та функціонуванні на ринку. Сформовано систему показників з оцінки інновацій, які дозволяють створити цілісну систему цифрової трансформації економіки.

Перспективи. Перспективними напрямками подальших досліджень у цій сфері є розробка концептуального підходу до впровадження інноваційних механізмів розвитку економічних систем, систематизація принципів побудови та розвитку цифрової трансформації економіки.

Ключові слова: інновації, інноваційне середовище, цифрова трансформація, економіка, підприємство.

Вступ.

Цифрова трансформація економіки є процесом інтеграції цифрових технологій у всі аспекти економічної діяльності. Вона передбачає зміну традиційних підходів до ведення бізнесу, управління підприємствами, а також взаємодії з державними та фінансовими установами. Важливим чинником

для успішного здійснення цієї трансформації є формування інноваційного середовища, оскільки саме це середовище створює умови для інтеграції новітніх технологій, оптимізації бізнес-процесів та підвищення ефективності виробничих і фінансових систем.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Багато авторів і науковців досліджували теоретичні та практичні аспекти цифрової трансформації, а саме: С. Башлай, Г. Жекало, Д. Робертсон, П. Сенге, А. Самойленко, А. Череп, О. Шевченко, І. Яремко. Автори окреслили основні цілі та стратегічні напрями цифрової трансформації, а також узагальнили переваги та недоліки цифрової економіки в Україні. Враховуючи велику кількість існуючих досліджень, що охоплюють різні аспекти цифрової трансформації, питання про формування інноваційного середовища як головного фактору здійснення цифрової трансформації економіки залишається відкритим та потребує більш детального вивчення, узагальнення та систематизації.

Мета.

Мета статті – визначити ключові фактори, що сприяють впровадженню та реалізації цифрової трансформації, а також сформуванню моделі інноваційного середовища підприємства, яке є драйвером цифрової трансформації.

Методологія дослідження.

Під час роботи над дослідженням використовувалися такі методи: аналізу і синтезу, діалектичний метод, метод системного підходу, логіко-семантичний метод, монографічний метод, метод узагальнення.

Результати.

Трансформація економіки в цифровий формат активно триває, і її ефективність полягає у створенні нововведень та інновацій. Термін «цифрова трансформація» має кілька визначень, які не суперечать одне одному, а, навпаки, доповнюють. У широкому контексті це поняття можна трактувати як незворотний процес інтеграції цифрових технологій у розвиток ери цифрової економіки з метою покращення життєдіяльності людини, бізнесу, суспільства та держави в цілому [1].

Д. Тищенко під «цифровою трансформацією економіки» розуміє впровадження цифрових технологій за принципами цифрового лідерства та культури в усі сфери бізнесу, що призводить до кардинальних змін у створенні ефективних цифрових екосистем, формуючи основу для цифрової ери майбутнього [2]. Інші автори трактують це поняття як якісне вдосконалення виробничих процесів та інших аспектів через інновації та адаптацію бізнес-моделей до умов цифрової економіки [3].

В сучасних умовах важливо, щоб розвиток інноваційного середовища, яке є невід'ємною частиною цифрової трансформації економіки, базувався на інноваціях. Й. Шумпетер вперше детально описав це явище [4], а велика кількість науковців, як вітчизняних, так і зарубіжних, розширюють його трактування. Кожен з них підходить до визначення інновацій з різних точок зору, зокрема як етап розвитку продуктивних сил або процес, що призводить до появи нововведень. Я. Фагерберг вважає, що «інновація» є результатом впровадження нововведень, тобто втілення наукових ідей, відкриттів та винаходів у виробничий процес [5]. Інші дослідники пов'язують інновації з новими чи модернізованими технологіями, продуктами або послугами, а також з рішеннями, які приносять позитивні результати для суб'єктів господарювання [6].

Найчастіше вчені пов'язують інновації з розробкою нового продукту, який значно відрізняється від товарів конкурентів. Коли на підприємстві створюється такий продукт, це дає йому істотну перевагу в бізнесі, сприяючи поліпшенню діяльності та успішній реалізації товару. Водночас

великі виробники значно швидше адаптуються до змін і впровадження інновацій. Це зумовлено наявністю у них необхідних ресурсів та доступу до новітніх інноваційних технологій.

Невеликі підприємства також здатні швидше впроваджувати інновації, зважаючи на кілька факторів, зокрема на можливий обмежений досвід роботи на ринку. Одним із основних обмежень може бути нестача фінансових ресурсів на початкових етапах діяльності, що ускладнює застосування нововведень та інтеграцію їх у бізнес-процеси. Однак це можна подолати через ефективне планування та правильну організацію своєї діяльності. Крім того, для того щоб утримувати свою позицію на ринку та розширювати присутність у нових сегментах, підприємствам важливо здійснювати стратегічне прогнозування.

Для ефективного впровадження та реалізації цифрової трансформації підприємства повинні враховувати кілька ключових факторів:

- перш за все, важливо забезпечити всім співробітникам підприємства доступ до мережі Інтернет як на території підприємства, так і поза його межами. Крім того, доцільно розвивати взаємозв'язки між підприємствами однієї галузі. Використання однакових інформаційних технологій на підприємствах, які виробляють подібну продукцію, дасть змогу створити єдину мережу продажів. Такий підхід дозволить швидше адаптуватися до економічних змін і ефективно вирішувати проблеми, які виникають;

- при організації єдиної мережі продажів між кількома підприємствами однієї галузі може виникнути попит на цифрові технології. Важливо врахувати, що деякі інформаційні технології, які мають специфічні характеристики і пристосовані до конкретної продукції чи сфери діяльності, можуть бути застосовані лише в межах одного підприємства. Натомість інші технології, більш адаптивні, можуть бути використані кількома підприємствами одночасно;

- діяльність підприємства значною мірою залежить від зовнішнього середовища та світових подій. Зміни в державній політиці, а також в нормативно-правовій базі, можуть істотно впливати на результати діяльності підприємства;

- розвиток підприємств і галузей безпосередньо пов'язаний із впровадженням інновацій. В умовах жорсткої конкуренції підприємства повинні постійно шукати новітні технології, які можуть покращити якість продукції або допомогти розробити нові продукти, що мають унікальні характеристики та дозволяють захопити нові ринкові ніші. Інновації починаються з ідеї, запропонованої конкретною людиною, і для її реалізації потрібні значні фінансові ресурси та час.

Тому, керівництву підприємства необхідно організувати регулярні сесії генерування ідей серед працівників, обрати найбільш перспективні з них і знайти необхідні кошти для впровадження інновацій. Коли цей процес успішно завершено, підприємство здатне стабільно функціонувати на ринку і отримувати значну економічну вигоду.

Для реалізації вищезазначеного важливо створити інноваційне середовище на підприємстві, яке стане основою для цифрової трансформації економіки. Інноваційне середовище визначається як об'єднання кількох підприємств, що займаються інноваціями, об'єктів інноваційної структури, інститутів та організацій, які створюють сприятливі умови для впровадження інновацій [7]. Подібну точку зору поділяє і В. Копитко, який трактує «інноваційне середовище» як сукупність науково-дослідних установ, вищих навчальних закладів з природничо-науковою та інженерно-технічною спрямованістю, науково-технологічних центрів, інжинірингових, маркетингових, фінансових і консалтингових компаній, а також державних інститутів, що сприяють розвитку інновацій та трансферу технологій [8]. Інші автори розглядають «інноваційне середовище» як багаторівневу систему необхідних умов, норм і факторів для здійснення ефективних інновацій у рамках цифровізації економіки, що формується завдяки взаємодії різних учасників економічних відносин [5].

Як бачимо, автори не дійшли єдиної думки щодо сутності інноваційного середовища та його структури. У результаті дослідження доцільно запропонувати модель інноваційного середовища підприємства. На успішне функціонування підприємства впливають різноманітні чинники, що стосуються інноваційної діяльності.

Виділяють три основні групи таких чинників: організаційні (формується через організацію управлінської діяльності на підприємстві, що включає структуру управління, процеси прийняття рішень, комунікації та внутрішню взаємодію між різними підрозділами; маркетингові (пов'язані з процесами продажу продукції та послуг, а також з вивченням і освоєнням нових ринків, що дозволяє підприємству адаптувати свою продукцію до змін у попиту та надавати конкурентні переваги на ринку); виробничі (включають процеси виробництва, а також реалізацію стратегії управління якістю продукції та послуг) [9]. Ці чинники взаємопов'язані та взаємодіють між собою, створюючи умови для ефективного впровадження інновацій і забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Результативність інноваційної діяльності підприємства визначається не лише успішною реалізацією інновацій на ринку, а й фінансовими, управлінськими та організаційними складовими. Це пов'язано з тим, що для впровадження будь-яких інновацій необхідне ефективне управління підприємством і достатній обсяг фінансових ресурсів, що дозволяє просувати підприємство на ринку та освоювати нові сфери інновацій. Однією з важливих складових є управлінська результативність, яка формується через цифрову трансформацію підприємства. Це передбачає повну цифровізацію даних підприємства на всіх етапах його діяльності та освоєння нових інформаційних технологій для забезпечення ефективного управління і прийняття рішень на основі достовірної інформації [10]. Цифровізація також дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, покращити контроль за виробництвом і розширити можливості для оперативної адаптації до змін на ринку. Організаційні зміни також є важливою частиною інноваційної діяльності.

Розвиток підприємства з різних напрямів забезпечується через нагромадження інноваційного потенціалу. Чим більший цей потенціал, тим стабільніше становище підприємства на ринку. Завдяки накопиченню інноваційного потенціалу підприємство має можливість швидше реагувати на зміни ринкових умов і впроваджувати нові інновації, що забезпечує йому конкурентні переваги та стійке становище в умовах економічної динаміки.

Інноваційний потенціал підприємства формується через застосування стратегій реалізації інновацій, серед яких можна виділити кілька ключових підходів:

- самостійна реалізація інновацій підприємством. У цьому випадку підприємство проводить власні дослідження, розробляє нові продукти і випускає їх на ринок. Для цього підприємство може використовувати власні фінансові ресурси або залучати інвестиції від сторонніх джерел. Такий підхід дозволяє зберігати контроль над усіма етапами реалізації інновацій, проте потребує значних інвестицій в дослідження та розробки, а також у виробничі потужності;

- формування партнерських відносин з іншими організаціями. Цей варіант надає більше можливостей для підприємства, оскільки передбачає залучення інших учасників процесу інноваційної діяльності. Якщо підприємство співпрацює з вітчизняними партнерами, то з'являється можливість для спільних розробок і виробництва, а також для обміну фінансовими ресурсами та залучення зовнішніх інвесторів. Важливою перевагою є також можливість спільно використовувати обладнання партнерів. Що стосується міжнародних партнерів, співпраця з ними може бути вигіднішою, оскільки дозволяє отримати доступ до нових технологій та ресурсів, що можуть суттєво пришвидшити процес інновацій;

- підприємства в країнах лідерах з цифровізації. Як правило, підприємства, що працюють у країнах з високим рівнем цифровізації, мають кращі можливості щодо оснащення, кваліфікації кадрів та фінансування. Це дозволяє швидше впроваджувати інновації та виходити на лідируючі позиції на ринку. Такі підприємства мають значно більше ресурсів для досліджень, розвитку та реалізації інновацій. В результаті вони здатні значно прискорити процес розробки нових продуктів і послуг;

- проблеми для підприємств у країнах із відстаючими темпами зростання. У випадку, якщо підприємство працює в країні, що має менш розвинену цифровізацію, можуть виникнути труднощі при реалізації інновацій. Підприємству доведеться взяти на себе велику відповідальність за розробку і реалізацію інноваційних продуктів, а також здійснювати інвестиції в інфраструктуру та

технології. Це може затягнути процес виходу на ринок і зменшити конкурентоспроможність.

У процесі формування стратегії розробки та реалізації інновацій підприємство повинно враховувати кілька важливих аспектів. По-перше, необхідно чітко визначити, які саме інновації планується впроваджувати. По-друге, якщо для цього потрібно залучити досвід підприємств з інших країн, важливо оцінити, чи варто встановлювати партнерські відносини з такими підприємствами. По-третє, необхідно оцінити, який обсяг фінансових ресурсів буде потрібний для досягнення поставленої мети, а також з'ясувати, чи є достатньо цих коштів або ж потрібно залучати інвесторів. По-четверте, у разі необхідності пошуку інвестора потрібно розробити детальний бізнес-план, у якому буде вказано, для яких цілей потрібні фінанси та як швидко підприємство зможе їх відшкодувати.

Для стабільного розвитку інноваційної діяльності підприємство повинно активно займатися науковими дослідженнями. Важливо фокусуватися на розробці та продажу унікальних інноваційних продуктів, яких ще немає на ринку. Вибір конкретного типу інновації залежить від мети підприємства та галузі, в якій воно працює. Кожному підприємству, яке займається інноваціями, необхідно чітко визначити продукт для розробки, який забезпечить позитивний фінансовий результат. Для цього підприємство повинно мати достатню кількість вільних коштів, що дозволить йому розвиватися без обмежень.

Крім того, для успішного створення інновацій у штаті підприємства мають бути висококваліфіковані фахівці з відповідними компетенціями. Це підкреслює важливість внутрішніх чинників для функціонування інноваційного середовища на підприємстві (рис. 1).

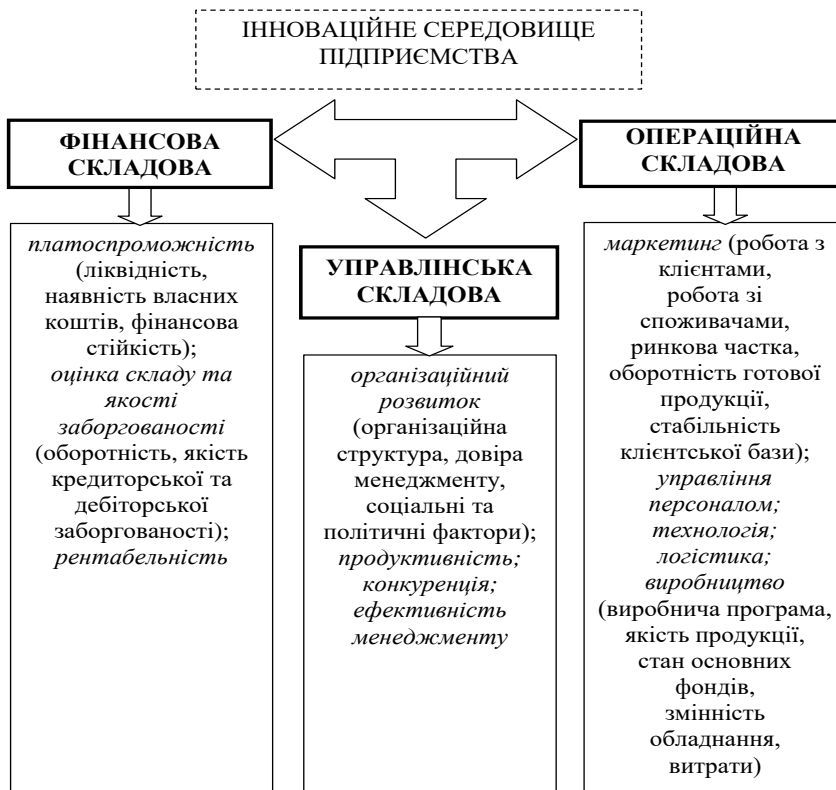


Рис. 1. Модель інноваційного середовища підприємства*

*Джерело: авторська розробка.

Кожне підприємство може доповнювати та деталізувати модель свого інноваційного середовища, враховуючи необхідні компоненти. На нашу думку, доцільним буде виділити три основні складові. Детальний аналіз кожної з них дозволяє зрозуміти специфіку функціонування підприємства та визначити можливості його розвитку за конкретними напрямками. Формування унікальності інноваційного середовища підприємства безпосередньо залежить від особливостей технологічних процесів і ринкових умов, в яких воно працює.

У процесі цифрової трансформації економіки будь-яке підприємство, яке орієнтується на новітні досягнення, активно впроваджує у свою діяльність новітні інформаційно-комунікаційні технології, нові продукти та послуги, прагнучи здійснювати інноваційну діяльність. Це підкреслює необхідність створення на підприємстві інноваційного середовища та реалізації інноваційних ініціатив. Таке середовище дозволяє підприємствам отримати додаткові конкурентні переваги на ринку, поступово виходячи на лідируючі позиції у своїй галузі.

Розвиток та якість цифрової інфраструктури, а також інновацій, визначають цифрову конкурентоспроможність країни. У цьому процесі важливу роль відіграє уряд, оскільки довіра споживачів до цифрових технологій тісно пов'язана з конкурентоспроможністю на глобальному рівні [10]. Аналіз світової практики показує, що деякі країни значно швидше реагують на зміни, спричинені цифровою трансформацією. До таких країн належать Великобританія, Естонія, Нова Зеландія, ОАЕ та Японія, що демонструє їхню лідерську позицію в даній сфері. Це підкреслює важливість орієнтації на їхній досвід для досягнення успішних результатів, як у теперішньому, так і в майбутньому. Проте в сучасних умовах ситуація не є абсолютно стабільною, і досягнення стійкого лідерства в економіці через цифрову трансформацію можливе лише за умови впровадження інновацій. Це стосується як поточного моменту, так і перспектив. Тому підприємствам необхідно приділяти значну увагу процесу інноваційної діяльності.

Ключовим для будь-якого інноваційного підприємства є отримання економічної вигоди. Інноваційна діяльність здатна приносити високі фінансові результати, інколи навіть більше, ніж очікується. Саме тому керівництву підприємства важливо пам'ятати про потенційну вигоду, однак також необхідно звертати увагу на інші важливі критерії оцінки ефективності діяльності, зокрема на технологічний процес, діяльність співробітників і інші важливі компоненти інноваційного середовища підприємства.

У дослідженні, проведеному Boston Consulting Group, було запропоновано набір коефіцієнтів, що дають змогу оцінити ефективність формування інвестицій та їх реалізацію на ринку [11]. На основі цих результатів, можна сформулювати систему показників для оцінки інноваційної діяльності підприємства, яка включає три основні блоки (рис. 2).

Кожен з цих блоків містить відповідні коефіцієнти, що дозволяють здійснити комплексну оцінку результативності інноваційних процесів у рамках цифрової трансформації підприємства:

1. Коефіцієнти, що характеризують інвестиції на інновації:

- інвестиції на перепідготовку та підвищення кваліфікації співробітників. Важливо інвестувати в навчання та розвиток кадрів, що безпосередньо займаються розробкою інновацій. Це дозволить забезпечити високу кваліфікацію працівників і відповідність їх компетенцій вимогам сучасних технологічних змін;

- вкладення, необхідні на реалізацію нових інновацій. Інвестиції в інноваційні проекти повинні бути здійснені з обережністю. Для малих підприємств достатньо невеликого обсягу фінансів для підтримки розвитку та просування інновацій на ринку. Великим підприємствам також не завжди потрібні великі вкладення, якщо вони правильно оптимізують свої ресурси;

- додаткові інвестиції на інновації. Це фінансові ресурси, що спрямовуються на підтримку проектів, які хоча й не мають прямого відношення до інновацій, проте можуть опосередковано сприяти розвитку інноваційних продуктів чи послуг. Такі інвестиції важливі для загальної підтримки та стійкості підприємства;

- період часу на формування інноваційного функціонування підприємства. Час, який

підприємство витрачає на впровадження інновацій, має бути адекватним. Якщо підприємство активно займається інноваціями, йому потрібно приділяти більше часу на цей процес, порівняно з тим, коли інновації лише на стадії планування.



Рис. 2. Система показників оцінки інноваційної діяльності*

*Джерело: сформовано автором.

2. Коефіцієнти, що характеризують процес виробництва інноваційного продукту та контроль над ним:

- визначення необхідних індивідуальних процесів та інструментів для кожного конкретного проекту або інноваційного продукту. Підприємство може застосовувати різні моделі, адаптуючи свої ідеї під конкретну галузь та потреби ринку;

- момент формування ідеї щодо розробки інноваційної продукції. Ідеї для інновацій часто приходять не від керівників, а від співробітників, які безпосередньо займаються роботою на ринку. Це означає, що підприємства, зацікавлені в інноваціях, повинні активно залучати більше працівників до процесу генерації ідей та безпосередньої розробки інноваційних продуктів;

- швидкість процесу формування інновацій. Цей показник має велике значення для підприємства, оскільки швидкість впровадження інновацій може варіюватися в залежності від характеру виробництва. Якщо процес розтягується в часі, це може негативно вплинути на підприємство, що прагне швидко просувати свої інновації на ринку. Натомість для підприємств, які працюють у сфері інновацій, швидке формування і виведення продуктів на ринок є ідеальним сценарієм;

- збалансованість інноваційних продуктів. Для того щоб створити ефективні інноваційні продукти, підприємствам необхідно проводити детальний аналіз своїх пріоритетних сфер, оцінювати процеси розробки та враховувати потенційні ризики, що можуть виникнути як під час розробки, так і при реалізації продукції на ринку;

- оцінка моменту зростання підприємства. Цей показник включає в себе аналіз стадії формування мети, розробки та просування інноваційного продукту. Важливо оцінити можливі ризики та прогнозувати варіанти розвитку: реалістичний, оптимістичний або песимістичний. Якщо підприємство реалізує оптимістичний прогноз, інноваційним проектам слід приділяти більше уваги та ресурсів для їх подальшого розвитку.

3. Коефіцієнти, що характеризують результати інноваційної діяльності підприємства:

- величина розроблених та реалізованих інноваційних продуктів повинна бути оптимальною для кожного конкретного підприємства, враховуючи його масштаби, можливості та цілі (надмірна кількість нових продуктів може призвести до перевантаження ресурсів і впливати на якість, тоді як занадто обмежена кількість може обмежити можливості для зростання і розвитку на ринку);

- величина позитивного фінансового результату від нового інноваційного продукту серед існуючих дозволяє встановити, які продукти мають найкращі перспективи для просування на ринку, допомагає визначити найбільш вигідні напрями для подальшої реалізації і сприяє ефективному розподілу ресурсів на ринку серед різних груп споживачів;

- величина позитивного фінансового результату від нових споживачів дозволяє оцінити, які нові споживачі приносять найбільший фінансовий результат. Зіставлення цих даних дає можливість підприємству вирішити, чи варто встановлювати довгострокові партнерські відносини з певними споживачами та розвивати нові пропозиції для них;

- величина позитивного фінансового результату від новоствореного, унікального інноваційного продукту дозволяє визначити рівень прибутковості нового інноваційного напрямку;

- визначення рентабельності інноваційного проекту та інноваційного продукту є необхідним для оцінки їх потреби на ринку. Однак важливо зазначити, що навіть інновації з низькою рентабельністю можуть принести більше прибутку, ніж ті, що мають високу рентабельність.

Висновки і перспективи.

Аналіз зазначених показників дозволяє зробити висновок, що підприємства, які активно займаються інноваційною діяльністю, повинні приділяти достатньо уваги не лише самим інноваціям, а й створенню інноваційного середовища, яке сприяє оптимізації діяльності на ринку та підвищенню конкурентоспроможності. Стале інноваційне середовище є основою успішного функціонування підприємства, особливо в умовах цифрової трансформації економіки.

Таким чином, структурована система показників для оцінки інновацій, яка включає три основні блоки – показники, що характеризують інвестиції, процес виробництва інноваційного продукту та контроль за ним, а також результати діяльності підприємства – може стати основою для створення цілісної системи цифрової трансформації економіки. Запропонована модель інноваційного середовища підприємства може бути використана як базова для цієї трансформації. Кожне підприємство має можливість доповнювати і деталізувати цю модель відповідно до своїх потреб і специфіки діяльності.

Детальніший аналіз кожної складової інноваційного середовища дозволяє виявити особливості функціонування підприємства та визначити шляхи розвитку в конкретних напрямках. Унікальність інноваційного середовища кожного підприємства визначається особливостями технологічних процесів і умов функціонування на ринку.

Список використаних джерел

1. Струтинська І. В. Дефініції поняття «цифрова трансформація». *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 2. С. 91–96.
2. Тищенко Д. С. Цифрова трансформація як драйвер розвитку економіки. *Цифрова економіка та економічна безпека*. № 4 (04). 2023. С. 38–45.
3. Shveda N., Garmatiuk O., Kuzhda T., Mashliy H., Yuryk N. Digital transformation as an imperative for innovative development of business processes under martial law (Ukrainian experience). *Economics of development*. 2024. Vol. 23, № 2. P. 69–79.

4. Маслюківська А. Інноваційна теорія Йозефа Шумпетера: від класичного визначення поняття «інновація» до сучасного розуміння інноваційних ідей. *Економіка*. 2013. № 145. С. 59–61.
5. Оцінка інноваційного розвитку та структурні трансформації в економіці України: колективна монографія / [Єгоров І. Ю., Бажал Ю. М., Кіндзерський Ю. В. та ін.]; за ред.: чл.-кор. НАН України І. Ю. Єгорова та д.е.н. Ю. В. Кіндзерського; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». Київ, 2023. 240 с.
6. Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В. А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. 370 с.
7. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація: монографія. Київ: КНЕУ, 2003. 394 с.
8. Копитко В. І. Проблеми розвитку інновацій на регіональному рівні в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Т. 1. № 2. С. 67–72.
9. Коюда В. О., Лисенко Л. А. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності: монографія. Харків: ФОП Павленко О.Г.; ІНЖЕК, 2010. 224 с.
10. Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, цифровізація та інновації: монографія / за ред. д.е.н., проф. О. А. Сороківської. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2024. 593 с.
11. Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/> (дата звернення: 30.08.2024).

Статтю отримано: 16.09.2024 / Рецензування 02.11.2024 / Прийнято до друку: 30.12.2024

Viktor Kyporenko

Ph.D. in Economics, Leading researcher
Department of European Integration and International Cooperation
State Scientific and Technical Library of Ukraine
Kyiv, Ukraine

E-mail: viktor_kiporenko@ukr.net
ORCID: 0009-0000-5396-2367

Andrii Shumaiev

Postgraduate Student
National Aviation University
Kyiv, Ukraine

E-mail: Andrey.shumaiev999@gmail.com
ORCID: 0009-0005-4457-7121

FORMATION OF AN INNOVATIVE ENVIRONMENT AS A MAIN FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

Abstract

Introduction. Digital transformation of the economy is the process of integrating digital technologies into all aspects of economic activity. It involves changing traditional approaches to doing business, managing enterprises, and interacting with government and financial institutions. An important factor for the successful implementation of this transformation is the formation of an innovative environment, since it is this environment that creates the conditions for integrating the latest technologies, optimizing business processes, and increasing the efficiency of production and financial systems.

Methods. The following methods were used during the research: analysis and synthesis, dialectical method, system approach method, logical and semantic method, monographic method, generalization method.

Results. A model of the innovative environment of the enterprise was proposed, which served as the basis of the digital transformation of the economy. The uniqueness of the innovative environment of the enterprise, which depends on the specific features of its technological process and functioning on the market, was scientifically substantiated. A system of indicators for the evaluation of innovations was formed, which allow creating a complete system of digital transformation of the economy.

Discussion. Promising areas of further research in this area are the development of a conceptual approach to the implementation of innovative mechanisms for the development of economic systems, the systematization of the principles of

building and developing the digital transformation of the economy.

Keywords: innovation, innovative environment, digital transformation, economy, enterprise.

References

1. Strutynska, I.V. (2019). Definitzii poniattia «tsyfrova transformatsiia» [Definitions of the term «digital transformation»]. *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies], 2, 91–96. [in Ukr.].
2. Tyshchenko, D.S. (2023). Tsyfrova transformatsiia yak draiver rozvytku ekonomiky [Digital transformation as a driver of economic development]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka* [Digital economy and economic security], 4 (04), 38–45. [in Ukr.].
3. Shveda, N., Garmatiuk, O., Kuzhda, T., Mashliy, H., & Yuryk, N. (2024). Digital transformation as an imperative for innovative development of business processes under martial law (Ukrainian experience). *Economics of Development*, 23 (2), 69–79.
4. Masliukivska, A. (2013). Innovatsiina teoriia Yozefa Shumpetera: vid klasychnoho vyznachennia poniattia «innovatsiia» do suchasnoho rozuminnia innovatsiinykh idei [Joseph Schumpeter's innovation theory: from the classical definition of the concept of «innovation» to the modern understanding of innovative ideas]. *Ekonomika* [Economy], 145, 59–61. [in Ukr.].
5. Yehorov, I.Yu., Bazhal, Yu.M., ... Kindzerskyi, Yu.V. (2023). *Otsinka innovatsiinoho rozvytku ta strukturni transformatsii v ekonomitsi Ukrainy* [Evaluation of innovative development and structural transformations in the economy of Ukraine]. Kyiv.
6. Omelianenko, V.A. (Eds.). (2023). *Innovatsii i transfer tekhnolohii: metody, modeli ta mekhanizmy upravlinnia* [Innovations and technology transfer: methods, models and management mechanisms]. Sumy: Instytut stratehii innovatsiinoho rozvytku i transferu znan.
7. Antoniuk, L.L., Poruchnyk, A.M., & Savchuk, V.S. (2003). *Innovatsii: teoriia, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsiia* [Innovations: theory, mechanism of development and commercialization]. Kyiv: KNEU.
8. Kopytko, V.I. (2016). Problemy rozvytku innovatsii na rehionalnomu rivni v Ukraini [Problems of innovation development at the regional level in Ukraine]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky* [Ukrainian Journal of Applied Economics], 1 (2), 67–72. [in Ukr.].
9. Koiuda, V.O., & Lysenko, L.A. (2010). *Innovatsiina diialnist pidprijemstva ta otsinka yii efektyvnosti* [Innovative activity of the enterprise and evaluation of its efficiency]. Kharkiv: FOP Pavlenko O.H.; INZHEK.
10. Sorokivska, O.A. (Ed.). (2024). *Transformatsiia biznesu dlia staloho maibutnoho: doslidzhennia, tsyvrovizatsiia ta innovatsii* [Business transformation for a sustainable future: research, digitalization and innovation]. Ternopil: FOP Palianytsia V.A.
11. Boston Consulting Group. Retrieved from <https://www.bcg.com/>

Received: 09.16.2024 / Review 11.02.2024 / Accepted 12.30.2024

