

5. Сучасні аспекти цифрового маркетингу: основні показники ефективності. *Business Inform.* 2022. URL: <https://surli.cc/vmxxfh>
6. Sharma C. et al. Mapping the evolution of digital marketing research. URL: <https://doi.org/10.3390/info16110942>
7. Карпенко Н. В. (ред.) Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни. URL: <https://surl.li/cqmjyv>
8. Rahman S. A. Y. et al. Digital marketing evolution and role of AI. URL: <https://doi.org/10.35912/ijfam.v7i2.2593>
9. Волошин А.В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No4/83.pdf>

Волошин А.В.,

кандидат економічних наук, старший викладач
кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку людства цифрова трансформація перестала бути лише фоновим процесом, перетворившись на головний майданчик конкурентної боротьби. Штучний інтелект (ШІ) сьогодні виступає не просто як чергова ітерація автоматизації, а як «підривна» технологія, що докорінно змінює правила гри. Як зазначають Д. Алфер'єв та Е. Хусаїнова (2020), володіння ефективним інтелектуальним інструментарієм стає ексклюзивною перевагою, яка дозволяє суб'єктам господарювання не лише оптимізувати витрати, а й створювати принципово нові ринкові ніші.

Актуальність теми зумовлена тим, що ШІ здатен вирішувати слабкоструктуровані задачі, які раніше потребували виключно людської інтуїції. У світі, де дані стали «новою нафтою», здатність алгоритмів обробляти ці масиви в реальному часі визначає стратегічну позицію держави на міжнародній арені (Alferyev & Khusainova, 2020).

Для того, щоб ШІ став реальним фактором конкурентоспроможності, він не повинен розглядатися як ізольоване програмне рішення. Дослідження І. Жуковського та співавторів (2026) свідчать, що успіх інтеграції залежить від синергії трьох ключових вимірів:

1. Технологічний вимір: Фундамент інновацій Будь-яка інтелектуальна система потребує відповідної інфраструктури. Це включає не лише

обчислювальні потужності, а й архітектуру даних. Використання методів глибокого навчання (Deep Learning) дозволяє здійснювати перехід від реактивного до проактивного управління. Зокрема, впровадження інтелектуальних систем в енергетичну інфраструктуру дозволяє підвищити її ефективність на 15%, що безпосередньо знижує собівартість продукції (Alferyev & Khusainova, 2020).

2. Організаційний вимір та цифрова зрілість - згідно з аналізом європейських підприємств, рівень загальної цифровізації організації є критичним предиктором успішного впровадження ІІІ (Żuchowski et al., 2026). Організаційна гнучкість дозволяє малим підприємствам конкурувати з корпораціями, швидше адаптуючи алгоритми під конкретні запити споживачів.

3. Компетентнісний вимір та готовність менеджменту - ключовим фактором успіху є «управлінська готовність» до впровадження ІІІ та загальна інноваційна орієнтація керівництва (Żuchowski et al., 2026). Конкурентоспроможність зростає там, де персонал має високу цифрову грамотність, а лідери здатні підтримувати культуру постійних технологічних змін.

Одним із найбільш значущих результатів статистичного аналізу є роль глобальних інноваційних мереж. Підприємства, що залучені до міжнародної наукової та ділової співпраці, мають суттєво вищі шанси на досягнення вищих показників конкурентоспроможності (Żuchowski et al., 2026). Колаборація дозволяє:

- отримувати доступ до передових бібліотек алгоритмів;
- розподіляти ризики високовартісних R&D проєктів;
- масштабувати локальні рішення на глобальні ринки.

Вплив ІІІ на конкурентоспроможність виявляється через здатність систем до самонавчання та апроксимації складних зв'язків. Прогнозується, що найближчим часом до 40% усіх бізнес-технологій будуть базуватися на нейронних мережах (Alferyev & Khusainova, 2020). Це означає, що ІІІ стає новим стандартом галузевої ефективності, забезпечуючи:

- Гіперперсоналізацію маркетингових пропозицій;
- Прогностичну аналітику ринкових коливань;
- Автоматизацію складних управлінських рішень.

Штучний інтелект остаточно перетворився на стратегічний актив. Для забезпечення конкурентоспроможності бізнес-суб'єктам необхідно фокусуватися на розвитку цифрових компетенцій менеджменту та інтеграції в міжнародні мережі обміну знаннями. Як доводять сучасні дослідження, ІІІ – це універсальний прискорювач, який визначає життєздатність підприємства в умовах четвертої промислової революції.

Список використаних джерел

1. Alferyev, D., & Khusainova, E. (2020). *AI technologies as a factor of competitiveness of a business entity at the present stage of human development*. *E3S Web of Conferences*, 220, 01006. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202022001006>
2. Żuchowski, I., Casalino, N., Savov, R., Strychalska-Rudzewicz, A., Ayala, J. A. G., Mendez, I., Michalička, T., & Brelik, A. (2026). *Artificial Intelligence as a Competitiveness Factor for SMEs: A Multidimensional Perspective Integrating Technological, Organizational and Competency Dimensions*. *European Research Studies Journal*, XXIX(1), 53-75.
3. Schwab, K. (2018). *The Fourth Industrial Revolution*. Portfolio Penguin (цум. за Alferyev & Khusainova, 2020).
4. Tsvetkova, L. A. (2017). *Artificial intelligence technologies as a factor of digitalization of the economy*. *Economics of Science*, 3(2), 126-144 (цум. за Alferyev & Khusainova, 2020).

Ганич В.В.,

здобувач вищої освіти,

Пилипів Н.І.,

доктор економічних наук, професор кафедри

підприємництва, торгівлі та прикладної економіки,

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується активним впровадженням цифрових технологій, які суттєво трансформують умови функціонування підприємницької діяльності. Цифрова трансформація охоплює ключові сфери діяльності підприємств, зокрема управління, маркетинг, виробничі процеси та комунікацію зі споживачами. У таких умовах особливої актуальності набуває формування ефективної стратегії розвитку підприємства, що враховує динамічні зміни ринкового середовища, трансформацію споживчих трендів та необхідність впровадження інноваційних підходів до управління бізнес-процесами.

Стратегічний розвиток підприємства в умовах цифровізації передбачає не лише інтеграцію сучасних інформаційних технологій у діяльність організації, а й трансформацію управлінських підходів, організаційної структури та бізнес-моделей. Підприємства, які прагнуть зберігати конкурентні позиції на ринку,