



УДК: 658:005.332.4]:004

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ¹

[¹] Disclaimer («Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or [name of the granting authority]. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.»)

Ірина Дашко

Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
ORCID: 0000-0001-5784-4237

Любомир Михайліченко

Запорізький національний університет,
Запоріжжя, Україна
ORCID: 0000-0003-3545-0805

Резюме. Висвітлено тему діджиталізації як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах, зокрема під час дії воєнного стану в Україні. Розкрито сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства», представлено огляд трактувань різними науковцями та запропоновано авторське визначення, яке акцентує увагу на ефективному використанні ресурсів, впровадженні інновацій та адаптації до змін ринкового середовища. Проаналізовано зовнішні (політичні, економічні, соціальні, екологічні) та внутрішні (кадрові, виробничі, фінансові, маркетингові) чинники, які негативно впливають на конкурентоспроможність продукції підприємств. Визначено, що в сучасних умовах найбільший тиск на підприємства чинять воєнні дії та загальна економічна нестабільність. Проведено комплексне оцінювання рівня конкурентоспроможності українських підприємств за низкою ключових показників: фінансовий стан, маркетингова політика, кадрова забезпеченість, сервіс, унікальність пропозиції, інновації тощо. Виявлено, що основними драйверами конкурентоспроможності є інновації, ціна, унікальність продукції та ефективне використання людського капіталу. Візуалізація результатів здійснена за допомогою багатокутника конкурентоспроможності. Особливу увагу приділено аналізу ролі технологій штучного інтелекту в підвищенні конкурентоспроможності підприємств. Обґрунтовано, що саме ШІ забезпечує інтелектуалізацію бізнес-процесів, дозволяє проводити глибоку аналітику, персоналізувати маркетинг, оптимізувати виробництво, покращувати фінансові прогнози та підвищувати якість обслуговування клієнтів. Наведено динаміку світових інвестицій у технології штучного інтелекту за 2014–2024 рр., яка демонструє стрімке зростання інтересу бізнесу до ШІ як стратегічного інструменту. Визначено, що саме ця технологія є найефективнішою з точки зору упровадження в умовах обмежених ресурсів. Запропоновано комплексну стратегію підвищення конкурентоспроможності українських підприємств шляхом впровадження ШІ, що включає оптимізацію витрат, підвищення якості обслуговування, автоматизацію процесів та посилення клієнтського досвіду. Зроблено висновок про необхідність гнучкого управління, технологічної модернізації, адаптивності до змін зовнішнього середовища та активної інтеграції цифрових рішень, які є основою для сталого розвитку та укріплення ринкових позицій українських підприємств в умовах невизначеності.

Ключові слова: діджиталізація, конкурентоспроможність, технології штучного інтелекту, воєнний стан, цифрові рішення, стратегія розвитку, бізнес-аналітика, адаптація, інновації, інвестиції, оптимізація витрат, підприємство, продукція.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.05.225

Отримано 07.07.2025

UDC: 658:005.332.4]:004

DIGITALIZATION AS AN IMPORTANT FACTOR IN SHAPING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Iryna Dashko

Zaporizhzhia National University,
Zaporizhzhia, Ukraine

Liubomyr Mykhailichenko

Zaporizhzhia National University,
Zaporizhzhia, Ukraine

Summary. The article highlights the topic of digitalization as a key factor in enhancing the competitiveness of enterprises in modern conditions, in particular during the martial law in Ukraine. The article

reveals the essence of the concept of «enterprise competitiveness», provides an overview of interpretations by various scholars, and offers the author's definition, which focuses on the efficient use of resources, introduction of innovations, and adaptation to changes in the market environment. The article analyzes external (political, economic, social, environmental) and internal (human, production, financial, marketing) factors that negatively affect the competitiveness of enterprises' products. It is determined that in modern conditions, the greatest pressure on enterprises is exerted by military operations and general economic instability. A comprehensive assessment of the level of competitiveness of Ukrainian enterprises by a number of key indicators is carried out: financial condition, marketing policy, staffing, service, uniqueness of offers, innovations, etc. It is found that the main drivers of competitiveness are innovation, price, product uniqueness, and efficient use of human capital. The results are visualized using the competitiveness polygon. Particular attention is paid to analyzing the role of artificial intelligence technologies in increasing the competitiveness of enterprises. It is substantiated that AI provides intellectualization of business processes, allows for in-depth analytics, personalization of marketing, optimization of production, improvement of financial forecasts, and enhancement of customer service. The dynamics of global investment in artificial intelligence technologies for 2014–2024 are presented, which demonstrates the rapid growth of business interest in AI as a strategic tool. It is determined that this technology is the most effective in terms of implementation in conditions of limited resources. A comprehensive strategy for increasing the competitiveness of Ukrainian enterprises through the introduction of AI is proposed, including cost optimization, improving the quality of service, automating processes, and enhancing customer experience. As a result, it is concluded that flexible management, technological modernization, adaptability to changes in the external environment, and active integration of digital solutions are necessary, which are the basis for sustainable development and strengthening the market position of Ukrainian enterprises in the face of uncertainty.

Key words: digitalization, competitiveness, artificial intelligence technologies, martial law, digital solutions, development strategy, business analytics, adaptation, innovation, investment, cost optimization, enterprise, products.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2025.05.225

Received 07.07.2025

Постановка проблеми. Війна в Україні та загальна економічна криза мали значний вплив на конкурентне становище вітчизняних компаній, що позначилось і на їхніх економічних результатах. Сучасна компанія, яка прагне максимізувати свою присутність на ринку та розширювати клієнтську базу, має беззаперечно використовувати всі переваги цифровізації, що дозволить пропонувати товари та послуги, які користуватимуться попитом у цільовій аудиторії та приносять вигоди як самій компанії, так і її клієнтам. Саме у взаємовигідній співпраці й полягає основа забезпечення конкурентоспроможності компанії, адже мета підприємства – отримати гроші, а клієнта – задовольнити свої потреби. Тільки використання цього «золотого правила» дозволить компанії максимально реалізувати свій потенціал. Саме тому дослідження ролі цифрових технологій є актуальним у контексті покращення конкурентоспроможності українських компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання конкурентоспроможності підприємства здійснені науковцями та дослідниками, такими, як: Кузьмін О. Є. [1], Бойко В., Зарічний М. [2], Портер М. [3], Ареф'єва О. В. [4], Білявський В. М., Шепута М. М. [5], Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. [6] та іншими.

Мета дослідження – дослідити сутність конкурентоспроможності підприємства та проаналізувати вплив технологій штучного інтелекту на підвищення рівня конкурентоспроможності українських підприємств в умовах військового стану.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети – виявлення впливу цифрових технологій, зокрема технологій штучного інтелекту, на підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану, визначено такі наукові завдання: розкрити сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» та провести аналіз основних підходів до його трактування в науковій літературі; проаналізувати зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на зниження рівня конкурентоспроможності підприємства; здійснити оцінювання конкурентоспроможності українських підприємств в умовах воєнного стану за допомогою комплексних

індикаторів; виявити ключові показники, які найбільше впливають на конкурентоспроможність підприємств; охарактеризувати вплив технологій штучного інтелекту на окремі аспекти діяльності підприємств (маркетинг, виробництво, управління персоналом, клієнтський сервіс, фінансове планування тощо); проаналізувати динаміку інвестицій у технології ШІ у світі протягом останнього десятиліття; сформулювати та обґрунтувати комплексну стратегію підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі впровадження штучного інтелекту; надати практичні висновки щодо доцільності впровадження ШІ у бізнес-процеси підприємств в умовах нестабільного економічного середовища.

Для вирішення поставлених завдань використано такі наукові методи: аналіз і узагальнення наукової літератури, методи індукції та дедукції, порівняльний аналіз, системний підхід, моделювання, метод аналогії, графічний метод для візуалізації результатів, а також структурно-функціональний підхід.

Виклад основного матеріалу. В умовах постійних змін ринкового середовища та швидкого розвитку споживчих уподобань, створення й реалізація дієвих конкурентних стратегій стає невід’ємною складовою успіху будь-якого сучасного підприємства. Конкурентна боротьба не лише стимулює компанії до покращення своїх товарів і послуг, а й змушує шукати нові підходи для досягнення переваги над суперниками. Основним інструментом у цьому процесі виступає впровадження інноваційних технологій, які дозволяють зміцнити позиції на ринку.

Проаналізуємо існуючі трактування конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1. Сутність поняття «конкурентоспроможність»

| <i>Автор</i> | <i>Сутність поняття</i> |
|---|---|
| Кузьмін О. Є. [1] | Здатність компанії результативно застосовувати наявні ресурси для досягнення переваг над суперниками та зміцнення своїх позицій на ринку |
| Бойко В., Зарічний М. [2] | Уміння підприємства змагатися з іншими учасниками ринку, забезпечуючи сталий розвиток завдяки раціональному управлінню й ефективному використанню ресурсів |
| Портер М. [3] | Можливість формувати та підтримувати конкурентні переваги шляхом упровадження інновацій, стратегічних підходів та раціонального застосування ресурсів |
| Ареф’єва О. В. [4] | Конкурентоспроможність продукції або підприємства – це здатність задовольняти ринкові потреби, створюючи переваги через якість, інноваційні рішення та ефективне управління |
| Білявський В. М., Шепута М. М. [5] | Потенціал компанії зберігати й розширювати свою частку на ринку, виробляючи продукцію та послуги, які відповідають очікуванням споживачів завдяки підвищенню якості та економічній ефективності |
| Джеджула В. В., Спіфанова І. Ю., Цвик О. Г. [6] | Здатність підприємства пропонувати товари й послуги ефективніше, ніж конкуренти, забезпечуючи при цьому довготривалу прибутковість і стабільне становище на ринку |
| Швед Т., Біла І. [7] | Спроможність компанії створювати та підтримувати сприятливі умови для ефективного функціонування на ринку, використовуючи власні сильні сторони та адаптуючись до зовнішніх змін |
| Діденко Є., Жураківський П. [8] | Сукупність економічних, технологічних і організаційних параметрів, які дозволяють підприємству успішно змагатися з іншими на ринку |
| Герасимова В. О., Резанов Е. О. [9] | Конкурентоспроможність визначається здатністю підприємства впроваджувати новації та гнучко реагувати на зміни ринку, пропонуючи продукти й послуги, що відповідають потребам споживачів |

Джерело: сформовано авторами на основі [1–9].

На основі узагальнення наведених у таблиці 1 підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства, можна запропонувати власне трактування цього поняття. Воно полягає у здатності компанії раціонально використовувати наявні ресурси

та впроваджувати інноваційні вирішення з метою отримання переваг над конкурентами, забезпечення сталого розвитку, високої якості продукції та послуг. Крім того, конкурентоспроможність передбачає гнучке реагування на зміни зовнішнього середовища, що дає змогу задовольняти потреби споживачів і зберігати свої позиції на ринку.

Розглянемо внутрішні та зовнішні чинники, які можуть негативно впливати на рівень конкурентоспроможності підприємства. На рис. 1. наведено перелік зовнішніх факторів.

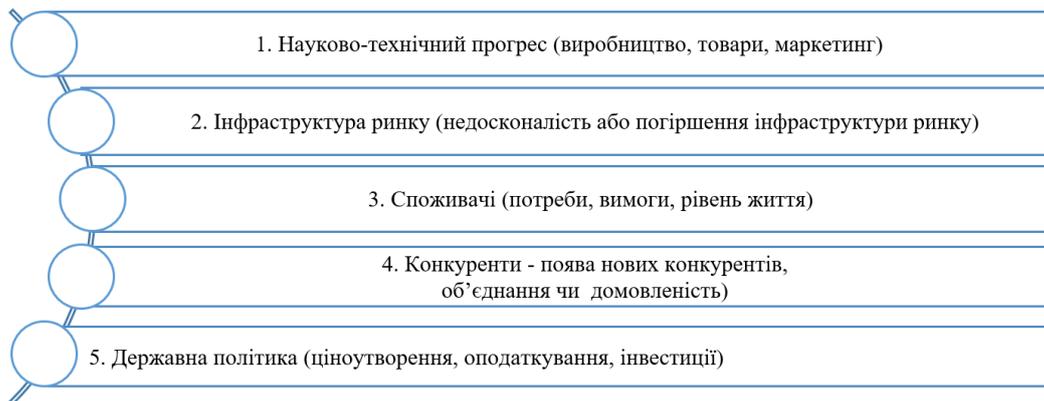


Рисунок 1. Зовнішні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції підприємства

Джерело: сформовано на основі [1–4].

Кожен із зазначених чинників здатен істотно впливати на можливість підприємства утримувати та посилювати свої позиції на ринку. Своєчасне виявлення та врахування їх під час ухвалення управлінських рішень є важливою передумовою для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності продукції.

На рис. 2 представлено основні внутрішні чинники, які можуть спричиняти зниження конкурентоспроможності продукції підприємства.

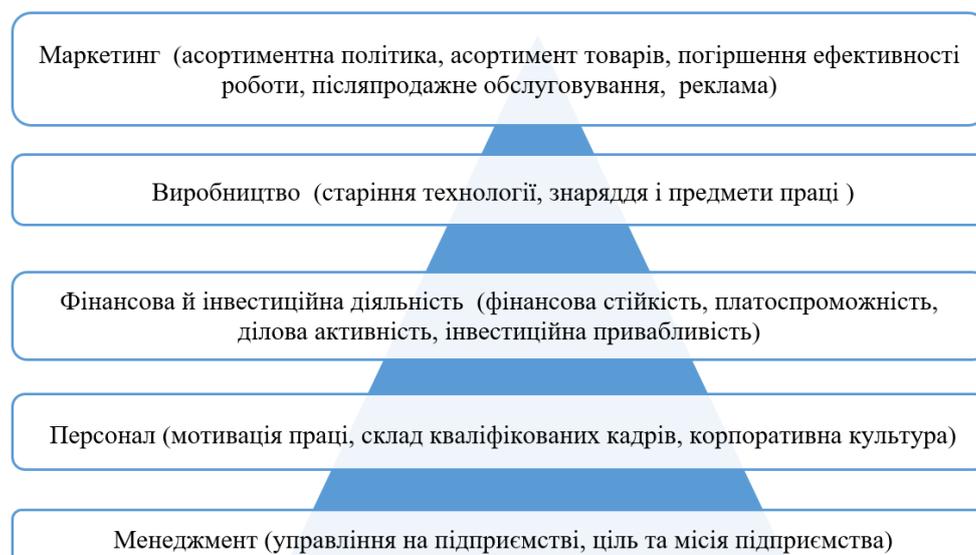


Рисунок 2. Внутрішні фактори зниження конкурентоспроможності продукції підприємства

Джерело: сформовано на основі [5–9].

Отже, внутрішні чинники, що впливають на зниження конкурентоспроможності продукції, охоплюють усі ключові складові діяльності підприємства. Недоліки навіть в одному з цих аспектів можуть призвести до зменшення загальної ефективності роботи компанії та послаблення її позицій на ринку.

Проаналізуємо конкурентоспроможність українських підприємств, зокрема проаналізуємо рівень конкурентоспроможності підприємств України в умовах військового стану [10]. Оцінювання рівня конкурентоспроможності здійснюватиметься на основі ключових показників розвитку підприємств з урахуванням впливу воєнного стану та загальної економічної ситуації в Україні (табл. 2) [11–13]. Максимальне значення оцінювання становить 10 балів, а мінімальне – 1 бал. При цьому показник «10» свідчить про найвищий рівень зростання відповідного параметра, тоді як оцінка «1» відображає його найнижчий рівень.

Таблиця 2. Оцінювання конкурентоспроможності підприємств України

| Чинники | Фінансовий стан | Маркетингова політика | Кадрова забезпеченість | Рівень розвитку підприємства | Частка на ринку | Рівень сервісу | Рівень продажів |
|------------------------------|-----------------|-----------------------|------------------------|------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Економічна ситуація в країні | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| Ціна | 9 | 8 | 6 | 5 | 7 | 6 | 8 |
| Якість продукції | 6 | 6 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 |
| Екологічність | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Економічність | 8 | 7 | 7 | 6 | 6 | 5 | 6 |
| Унікальність пропозиції | 7 | 8 | 6 | 7 | 6 | 7 | 8 |
| Працівники | 5 | 5 | 4 | 6 | 4 | 7 | 6 |
| Рівень конкуренції в галузі | 6 | 6 | 4 | 5 | 7 | 5 | 7 |
| Інновації та технології | 8 | 8 | 6 | 8 | 7 | 8 | 9 |

Джерело: складено авторами.

На основі даного оцінювання сформуємо багатокутник конкурентоспроможності українських підприємств з метою бачення, які показники найбільше впливають на її рівень та потребують покращення (рис. 3).



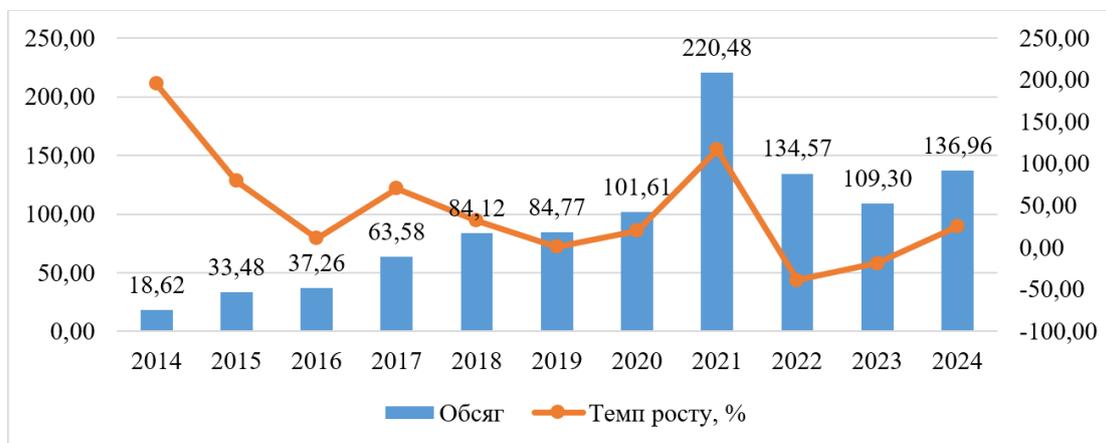
Рисунок 3. Багатокутник конкурентоспроможності українських підприємств

Джерело: складено авторами.

Таким чином, із рисунка 3 можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність підприємств найбільше впливають інноваційні рішення, кадровий потенціал, унікальність пропозиції та ціна продукції, яка значною мірою формується під впливом інших показників. На нашу думку, саме інновації виступають головним показником конкурентоспроможності компанії, оскільки вони визначають її позиції на ринку, сприяють оптимізації витрат і підвищують загальну результативність діяльності [14].

Застосування інноваційних рішень і сучасних технологій є одним із найефективніших інструментів зміцнення конкурентних позицій українських підприємств як на національному, так і на міжнародному ринках. Саме тому пропонуємо впроваджувати технології штучного інтелекту (ШІ) як одні з найефективніших видів технологій, що не тільки покращують загальні показники підприємств, але й оптимізують витрати [15].

На рис. 4 наведено динаміку світових інвестицій в технології штучного інтелекту, що підкреслює їх популяризацію серед світових компаній.



Рисунк 4. Динаміка світових інвестицій в ШІ за 2014–2024 рр., млрд дол. США

Джерело: сформовано на основі [16].

Як бачимо з рис. 4, інвестиції в ШІ мають хвилеподібну динаміку та залежать від зовнішніх умов, проте значно зросли з 2014 року – з 18,62 млрд дол. до 136,96 млрд дол. в 2024 році, що засвідчує їхню ефективність як інвестиційного ресурсу.

В табл. 3 наведено переваги технологій штучного інтелекту як засобу підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Таблиця 3. Характеристика впливу технологій штучного інтелекту підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства

| <i>Вид ШІ</i> | <i>Вплив на конкурентоспроможність</i> |
|--|---|
| <i>1</i> | <i>2</i> |
| Машинне навчання, аналіз великих даних | Забезпечують глибоку аналітику ринку та клієнтської поведінки, що дає змогу підприємству швидше реагувати на зміни попиту, адаптувати маркетингові кампанії та пропонувати персоналізовані продукти, підвищуючи рівень продажів та задоволеність споживачів |
| Прогнозна аналітика, автоматизоване управління | Дозволяють оптимізувати виробничі процеси, зменшити кількість помилок і дефектів, а також мінімізувати витрати за рахунок раціонального використання ресурсів, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства |
| Інтелектуальні системи планування | Сприяють ефективнішому управлінню логістичними процесами, зокрема автоматизації маршрутів, плануванню запасів і прогнозуванню попиту, що дозволяє скоротити витрати та підвищити якість обслуговування |

| 1 | 2 |
|---------------------------------------|---|
| HR-чат-боти, аналітика продуктивності | Забезпечують автоматизацію кадрового документообігу, моніторинг ефективності працівників та персоналізоване навчання, що стимулює мотивацію та професійне зростання персоналу, зменшуючи при цьому витрати на управління персоналом |
| Віртуальні асистенти | Дозволяють забезпечити цілодобову підтримку клієнтів, швидко опрацьовувати запити та підвищувати якість сервісу, що впливає на репутацію та лояльність клієнтів |
| Генеративні моделі, ШІ-дизайн | Дають змогу значно скоротити час на розроблення та тестування нових продуктів, забезпечити краще розуміння ринкових очікувань, підвищуючи інноваційність компанії та прискорюючи її реакцію на потреби споживачів |
| Інтелектуальні фінансові моделі | Дозволяють точніше прогнозувати доходи, витрати та інвестиційну ефективність, сприяючи ефективнішому бюджетуванню, зменшенню фінансових ризиків та підвищенню загальної фінансової стабільності підприємства |
| ШІ-аналітика ринку | Дає можливість постійно відслідковувати активність конкурентів і динаміку ринку, що допомагає приймати обґрунтовані стратегічні рішення та швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища |

Джерело: розроблено авторами.

Слід відзначити, що технології штучного інтелекту мають позитивний вплив на зростання конкурентоспроможності, сприяють покращенню фінансових показників компаній та зміцнюють її становище на ринку. Саме тому в умовах військового стану для українських компаній запропоновано інтегрувати дані технології в свої бізнес-процеси, що детальніше наведено на рис. 5.



Рисунок 5. Комплексна стратегія підвищення конкурентоспроможності українських компаній в умовах використання технологій штучного інтелекту

Джерело: розроблено авторами.

Запропонована стратегія (рис. 5) має на меті оптимізацію витрат компаній на зайві процеси та створення максимально комфортних умов для клієнтів, які можуть здійснювати покупки в задоволення та не витрачати свій час на марно й у результаті покращити конкурентоспроможність підприємства.

Висновки. В умовах сучасного динамічного ринку забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства потребує вирішення низки актуальних питань, а

також супутніх проблем, що виникають у процесі господарської діяльності. У зв'язку з цим українським підприємствам необхідно демонструвати гнучкість у прийнятті управлінських рішень та здатність оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, що можливо лише за умови впровадження цифрових технологій. Технології штучного інтелекту забезпечуватимуть безперервну взаємодію з клієнтами, пропонуючи індивідуалізовані рішення на основі аналізу їхніх попередніх покупок, що сприятиме зростанню обсягів продажів і дозволить заощадити час як для персоналу, так і для споживачів, упровадження інноваційних технологій у бізнес-процеси компанії сприятиме підвищенню точності управлінських рішень, оптимізації бізнес-процесів та забезпеченню високого рівня конкурентоспроможності.

Conclusions. In today's dynamic market, ensuring a high level of competitiveness of an enterprise requires addressing several pressing issues and related problems arising in the course of business activities. In this regard, Ukrainian enterprises need to demonstrate flexibility in making management decisions and the ability to respond promptly to changes in the external environment, which is possible only if digital technologies are implemented. Artificial intelligence technologies will ensure continuous interaction with customers, offering individualized solutions based on the analysis of their previous purchases, which will help to increase sales and save time for both staff and consumers, while the introduction of innovative technologies in the company's business processes will help to improve the accuracy of management decisions, optimize business processes and ensure a high level of competitiveness.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О. Є. Конкурентоспроможність підприємства як складова ефективності управління. *Економіка та підприємництво*. 2021. Вип. 25. С. 25–30.
2. Бойко В., Зарічний М. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. Doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>.
3. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш Форма, 2020, 424 с.
4. Ареф'єва О. В. Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі : монографія. Київ : ФОП Маслаков, 2019. 342 с.
5. Білявський В. М., Шепута М. М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості. *Інноваційна економіка*. 2017. № 11–12 (72). С. 129–134. URL: <https://surl.li/kvasag> (дата звернення: 01.07.2025).
6. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4, С. 5–8. URL: <https://surli.cc/pvekqs> (дата звернення: 01.07.2025).
7. Швед Т. Біла І. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 405–410. URL: <https://surl.li/twhrdk> (дата звернення: 02.07.2025).
8. Діденко Є. Жураківський П. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <https://surl.li/ernuzj> (дата звернення: 02.07.2025).
9. Герасимова В. О., Резанов Е. О. Конкурентоспроможність підприємства: сутність та фактори впливу в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2020. № 154, С. 93–97. Doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>.
10. Мельник Т. Український бізнес в умовах війни: сучасний стан, проблеми та шляхи їх вирішення. *Journal of Innovations and Sustainability*. 2023. No. 7 (3). DOI: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.03.07>
11. Більовська О., Майстро Р. Особливості підприємницької діяльності в умовах воєнного стану в Україні. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2023. № 2. С. 50–54. Doi: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.2.50>.
12. Казак О. О., Сулима М. О. Трансформація бізнесу в Україні за рік війни. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2023. № 1 (11). С. 140–150. DOI: <https://doi.org/10.32750/2023-0111>
13. Дашко І. М. Дослідження основних методів оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 108–111. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.5.108>
14. Hurzhyi N., Mishustina T., Kulnich T., Dashko I., Harmider L., Taranenko I. The Impact of Innovative Development on the Competitiveness of Enterprises. Postmodern Openings. *Постмодерністські відкриття*. 2021. Vol. 12. No. 4. P. 141–152. DOI: <https://doi.org/10.18662/po/12.4/365>

15. Дашко І. М., Михайліченко Л. В. Вплив технологій штучного інтелекту на ефективність діяльності підприємств. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2024. № 6. С. 41–47. Doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-6-10032>.
16. OECD. Worldwide VC investments in AI, 2025. URL: <https://surli.cc/qamzxs> (дата звернення: 05.07.2025).

References

1. Kuzmin O. Ye. (2021) Konkurentospromozhnist pidpriemstva yak skladova efektyvnosti upravlinnia. *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, vol. 25, pp. 25–30.
2. Boiko V., & Zarichnyi M. (2023) Instrumenty pidvyschennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv v umovakh voiennoho stanu. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 54. Doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>.
3. Porter M. (2020). Konkurentna stratehiia. Tekhniky analizu haluzei i konkurentiv. Kyiv : Nash Forma, 424 p.
4. Arefieva O. V. (2019). Konkurentospromozhnist pidpriemstv u mizhnarodnomu tsyfrovomu prostori. Kyiv: FOP Maslakov, 342 p.
5. Biliivskiy V. M., Sheputa M. M. (2017) Konkurentospromozhnist pidpriemstva yak faktor pidvyschennia yoho investytsiinoi pryvablyvosti. *Innovatsiina ekonomika*, no. 11–12 (72). pp. 129–134. Available at: <https://surl.li/kvacag> (accessed: 1 June 2025).
6. Dzhedzhula V. V., Yepifanova I. Yu., Tsvyk O. H. (2017) Innovatsiina diialnist yak chynnyk konkurentospromozhnosti pidpriemstv. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 4, pp. 5–8. Available at: <https://surli.cc/pvekqs> (accessed: 1 June 2025).
7. Shved T., Bila I. (2017) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstva. *Ekonomika I suspilstvo*, no. 8, pp. 405–410. Available at: <https://surl.li/twhrdk> (accessed: 2 June 2025).
8. Didenko Ye., Zhurakivskiy P. (2017) Model upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*, no. 5. Available at: <https://surl.li/epnujz>. (accessed: 2 June 2025).
9. Herasymova V. O., Riezanov E. O. (2020) Konkurentospromozhnist pidpriemstva: sutnist ta faktory vplyvu v suchasnykh umovakh. *Ekonomichniy prostir*, vol. 154. pp. 93–97. Doi: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-17>.
10. Melnyk T. (2023) Ukrainskyi biznes v umovakh viiny: suchasnyi stan, problemy ta shliakhy yikh vyrishennia. *Journal of Innovations and Sustainability*, no. 7 (3). DOI: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.03.07>
11. Bilovska O., Maistro R. (2023) Osoblyvosti pidpriemnytskoi diialnosti v umovakh voiennoho stanu v Ukraini. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu “Kharkivskiy politekhnichnyi instytut”*, no. 2, pp. 50–54. Doi: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.2.50>.
12. Kazak O. O., Sulyma M. O. (2023) Transformatsiia biznesu v Ukraini za rik viiny. *Yevropeiskiy naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii*, no. 1 (11), pp. 140–150. DOI: <https://doi.org/10.32750/2023-0111>
13. Dashko I. M. (2020) Doslidzhennia osnovnykh metodiv otsiniuvannia rivnia konkurentospromozhnosti pidpriemstv. *Ekonomika ta derzhava*, no. 5, pp. 108–111. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.5.108>
14. Hurzhyi N., Mishustina T., Kulinich T., Dashko I., Harmider L., Taranenko I. (2021) The Impact of Innovative Development on the Competitiveness of Enterprises. *Postmodern Openings*, vol. 12 (4), pp. 141–152. DOI: <https://doi.org/10.18662/po/12.4/365>
15. Dashko I. M. Mykhailichenko L. V. (2024) Vplyv tekhnolohii shtuchnoho intelektu na efektyvnist diialnosti pidpriemstv. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal “Internauka”*, no. 6, pp. 41–47. Doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-6-10032>.
16. OECD. (2025). Worldwide VC investments in AI. Available at: <https://surli.cc/qamzxs> (accessed: 5 June 2025).