

---

**SECTION 6. PROBLEMS OF ENTREPRENEURSHIP,  
TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES  
IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION**DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-352-1-25>**ВПЛИВ МЕТОДІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ  
НА РОЗВИТОК ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ  
КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ****THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHODS  
ON THE DEVELOPMENT AND EFFECTIVENESS  
OF COMPETITIVE INTELLIGENCE****Вербицький Я.С.***аспірант,**Європейського університету**м. Київ, Україна***Yaroslav Verbytskyi***Postgraduate Student**European University**Kyiv, Ukraine*

Сучасний світ характеризується високою динамікою розвитку, особливо у сфері економіки та бізнесу. У цьому контексті, конкурентна розвідка стає стратегічно важливим інструментом для підприємств, що дозволяє вивчати та адаптуватися до стратегій та дій конкурентів. Зокрема, інтеграція штучного інтелекту (ШІ) відкриває нові горизонти вдосконалення методів конкурентної розвідки, надаючи можливість для реалізації більш точних та ефективних стратегій. Конкурентна розвідка є важливим компонентом стратегічного планування підприємства, який включає систематичний збір, аналіз та оцінку інформації про конкурентів та ринкове середовище. Такий процес спрямований на виявлення стратегічних можливостей та ризиків з метою формування ефективних стратегічних рішень. Детальний аналіз конкурентного ландшафту дозволяє підприємствам адекватно реагувати на зміни в

бізнес-середовищі та створювати конкурентні переваги, користуючись інноваційними технологіями та методологіями [1, с. 331].

Ефективність конкурентної розвідки значною мірою залежить від спроможності підприємства використовувати зібрані дані для формування і реалізації стратегій та оперативних рішень. У цьому контексті, вивчення та аналіз конкурентного середовища відіграють ключову роль, оскільки вони дозволяють визначати потенційні можливості та загрози, формулювати реалістичні цілі та розробляти стратегії, які відповідають на виклики ринкових умов та конкурентного тиску.

Однак, враховуючи складність сучасного бізнес-середовища та величезний обсяг доступних даних, традиційні методи аналізу можуть бути недостатніми. В таких умовах, дотримання правових та етичних норм стає ще більш важливим, адже обробка даних вимагає врахування конфіденційності, авторських прав та інших аспектів інтелектуальної власності. Все це вимагає створення чітких правил та стандартів для обробки інформації та запобігання будь-яким порушенням та конфліктам інтересів.

Враховуючи виклики сучасного бізнес-середовища, інтеграція технологій ШІ у процеси конкурентної розвідки відкриває нові шляхи для оптимізації аналізу даних та отримання більш глибоких інсайтів [2, с. 1426]. Алгоритми машинного навчання, такі як Random Forest, дозволяють ефективно обробляти великі об'єми даних, виявляючи ключові фактори, що визначають конкурентні позиції підприємства та його долю на ринку. Після отримання прогнозів, метод SHAP (SHapley Additive exPlanations) може бути застосований для детального аналізу окремих атрибутів у прогнозуванні [3, с. 331]. SHAP дозволяє кількісно оцінити вплив різних змінних на прогнозований результат, виявляючи ключові фактори, які впливають на долю ринку. За допомогою цього методу можна ранжувати різні атрибути підприємства за їхнім впливом на ринкову частку. Є можливість аналізувати ринкові тенденції, поведінку споживачів, та стратегії ціноутворення конкурентів за допомогою моделей машинного навчання. Інтегруючи SHAP з моделями машинного навчання, підприємства можуть виявляти ключові фактори, які найсильніше впливають на такі показники, як обсяги продажу, прибутковість та частка ринку. Аналіз за допомогою технологій машинного навчання виявляє не тільки ринкові тенденції, а й узагальнює поведінку споживачів та стратегії ціноутворення конкурентів. Таке узагальнення дозволяє підприємствам формулювати та впроваджувати стратегії, які забезпечують їм конкурентні переваги у різних секторах підприємств. В результаті, конкурентна розвідка, заснована на

можливостях штучного інтелекту, стає ключовим елементом у формуванні успішних бізнес-стратегій, дозволяючи підприємствам швидше адаптуватися до змін у ринковому середовищі.

### **Література:**

1. Ali, B.J., & Anwar, G. Measuring competitive intelligence Network and its role on Business Performance. *International Journal of English Literature and Social Sciences* 2021. № 6. С. 329–345
2. Krakowski, S., Luger, J., & Raisch, S. Artificial intelligence and the changing sources of competitive advantage. *Strategic Management Journal*. 2022. С. 1425–1450
3. Appe, A.S., Poluparthi, B.P., Kasivajjula, L., Mv, U., Bagadi, S., Modi, P., Singh, A., & Gunupudi, H. (2022). Machine Learning Framework: Competitive Intelligence and Key Drivers Identification of Market Share Trends Among Healthcare Facilities. *ArXiv, abs/2212.04810*.