

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2026-95-29>
УДК 339:004.8:658(045)

Франів І.А.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6191-9772>

Василюк С.В.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри технології біологічно активних сполук,
фармації та біотехнології,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2946-0513>

Франів В.А.

кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри оптоелектроніки та інформаційних технологій,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9856-1962>

Franiv Ihor

Lviv University of Trade and Economics

Vasulyuk Sofia

National University "Lviv Polytechnic"

Franiv Volodymyr

Ivan Franko National University of Lviv

**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A TOOL FOR MANAGING
THE INTELLECTUAL CAPITAL OF A TRADING ENTERPRISE**

У статті доведено, що в умовах цифрової економіки інтелектуальний капітал торговельного підприємства є ключовим стратегічним активом, а традиційні підходи до управління нематеріальними активами не враховують його динамічної природи. Систематизовано складові – людський, клієнтський та структурний капітал – і визначено вплив штучного інтелекту на кожну: автоматизацію завдань і розвиток компетентностей персоналу, персоналізацію досвіду та предиктивну аналітику поведінки споживачів, оптимізацію бізнес-процесів. Обґрунтовано визначення інтелектуального капіталу як динамічної сукупності нематеріальних активів, що під впливом цифрових технологій генерують додану вартість і конкурентні переваги. Запропоновано трирівневу модель формування інформаційних систем оцінки інтелектуального капіталу – операційний рівень збору даних, аналітичний рівень трансформації засобами штучного інтелекту та стратегічний рівень прийняття управлінських рішень щодо розвитку інтелектуального капіталу. Визначено систему показників оцінки кожної складової. Розкрито особливості застосування моделі в умовах воєнного та повоєнного відновлення економіки України.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, штучний інтелект, інноваційний розвиток, цифрова економіка, розвиток інформаційних систем, торговельне підприємництво, торгівля.

Proved that in the context of the digital economy and the Fourth Industrial Revolution, the intellectual capital of a trading enterprise transforms into a key strategic asset determining its competitiveness, innovation potential, and capacity for sustainable development. Established that traditional approaches to intangible asset management are insufficient under current conditions, as they fail to account for the dynamic nature of intellectual capital and do not provide for the systematic integration of digital tools into the processes of its formation and assessment. Systematized the structure of intellectual capital of a trading enterprise, encompassing three interrelated components: human capital (knowledge, competencies, and digital skills of personnel), customer capital (brand, consumer loyalty, and depth of market behaviour understanding), and structural capital (business processes, organisational knowledge, and information systems). Substantiated the authors' definition of intellectual capital of a trading enterprise as a dynamic set of intangible assets that, through their interaction and under the influence of digital

technologies, generate intellectual added value and form sustainable competitive advantages. Identified the directions of artificial intelligence technology influence on each component of intellectual capital: automation of routine tasks and development of digital competencies of personnel – for human capital; personalisation of customer experience, predictive analytics of consumer behaviour, and proactive customer retention – for customer capital; optimisation of supply chain management, dynamic pricing, and integration of information systems – for structural capital. Proposed a three-level model for forming information systems for intellectual capital assessment, comprising an operational level for primary data collection through enterprise resource planning, customer relationship management, and electronic commerce systems; an analytical level for transforming data into knowledge using machine learning and business intelligence technologies; and a strategic level for management decision-making based on integrated dashboards and key intellectual capital development indicators. Developed a system of quantitative and qualitative indicators for assessing each component. Revealed the specifics of implementing the proposed model under the conditions of wartime and post-war economic recovery of Ukraine, particularly regarding cloud-based solutions for small and medium-sized trading businesses and corporate programmes for restoring digital competencies of personnel.

Keywords: *intellectual capital, artificial intelligence, innovative development, digital economy, development of information systems, commercial entrepreneurship, trade.*

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку цифрової економіки та четвертої промислової революції інтелектуальний капітал підприємства перетворюється з допоміжного ресурсу на ключовий стратегічний актив, що визначає його конкурентоспроможність, інноваційний потенціал і здатність до сталого розвитку. Особливої актуальності ця теза набуває для торговельного підприємництва, де традиційні джерела конкурентних переваг – цінова політика, широта асортименту, вигідне розташування – поступово втрачають свою визначальну роль, поступаючись місцем нематеріальним чинникам: якості людського капіталу, рівню клієнтського досвіду, ефективності організаційних процесів та інформаційній спроможності підприємства.

Разом із тим практика вітчизняного торговельного бізнесу свідчить про наявність суттєвого протиріччя між усвідомленням важливості інтелектуального капіталу як категорії та реальними управлінськими підходами до його формування, оцінки та розвитку. Переважна більшість торговельних підприємств України досі не має системних інструментів ідентифікації та вимірювання складових інтелектуального капіталу, не провадить цілеспрямованої політики його нарощування і не використовує сучасні цифрові технології для підвищення ефективності управління нематеріальними активами. Наслідком цього є недооцінка власного інтелектуального потенціалу, прийняття управлінських рішень на основі неповної інформації та втрата конкурентних позицій у динамічному ринковому середовищі.

Технології інформаційних систем в частині штучного інтелекту відкривають принципово нові можливості для вирішення зазначених проблем. Системи машинного навчання, великих даних, предиктивної аналітики та природної обробки мови здатні трансформувати кожен зі складових інтелектуального капіталу торговельного підприємства: автоматизувати рутинні процеси і вивільнити інтелектуальний потенціал персоналу (людський капітал), персоналізувати клієнтський досвід і поглибити

аналіз поведінки споживачів (клієнтський капітал), оптимізувати бізнес-процеси та інформаційні потоки в межах підприємства (структурний капітал). Проте на практиці впровадження штучного інтелекту у торговельних підприємствах відбувається хаотично, без стратегічного бачення його ролі у нарощуванні інтелектуального потенціалу, що суттєво знижує ефективність цифрових інвестицій.

Водночас формування і розвиток інформаційних систем у торговельному підприємстві – від систем управління ресурсами підприємства та управління відносинами з клієнтами до платформ електронної комерції та аналітичних дашбордів – є невід’ємною інфраструктурною основою для накопичення та капіталізації інтелектуального капіталу. Саме якість та інтегрованість інформаційних систем визначає, наскільки ефективно торговельне підприємство здатне перетворювати дані на знання, знання – на рішення, а рішення – на конкурентні переваги.

Таким чином, проблема управління інтелектуальним капіталом торговельного підприємства на основі технологій штучного інтелекту є комплексною і перебуває на перетині кількох важливих наукових та практичних завдань: розробки методичних підходів до оцінювання інтелектуального капіталу у галузевому вимірі, обґрунтування механізмів інтеграції штучного інтелекту в систему управління нематеріальними активами підприємства, а також формування архітектури інформаційних систем, що забезпечують цифрову підтримку інноваційного розвитку торговельного бізнесу в умовах воєнного та повоєнного відновлення економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика управління інтелектуальним капіталом підприємства в умовах цифрової трансформації та застосування технологій штучного інтелекту привертає дедалі більшу увагу вітчизняних і зарубіжних дослідників. Водночас аналіз наявних публікацій свідчить про недостатню розробленість комплексних підходів, що поєднували б оцінку інтелектуального капіталу, інструменти штучного інтелекту

та інформаційні системи в контексті торговельного підприємництва.

Вагомий внесок у теоретичне осмислення природи та структури інтелектуального капіталу здійснила О. Шульга в [1]. Авторка запропонувала визначення інтелектуального капіталу як сукупності нематеріальних активів підприємства, які в процесі відтворення створюють інтелектуальну додану вартість і сприяють зростанню його доходів та підвищенню конкурентоздатності, а також виокремила три етапи еволюції теорії інтелектуального капіталу – від концепції людського капіталу до сучасних методів оцінювання в умовах четвертої промислової революції. Разом із тим дослідження не охоплює галузевої специфіки торговельних підприємств та не розкриває роль штучного інтелекту у формуванні й примноженні складових інтелектуального капіталу.

Комплексний підхід до оцінювання інтелектуального капіталу в контексті цифрової стратегії розробили О. Фоміна та С. Семенова. Дослідниці розширили перелік компонентів інтелектуального капіталу, виокрепивши, окрім традиційних людського, структурного та реляційного, також інноваційний, соціальний, емоційний, цифровий, клієнтський, екологічний капітал, капітал штучного інтелекту та капітал цифрової репутації, й обґрунтували необхідність доповнення традиційних методів оцінки нефінансовими, інтегративними та методами на основі інформаційних технологій. Попри значущість запропонованих підходів, автори зосереджуються переважно на макрорівні цифрової стратегії ЄС, залишаючи поза увагою практичний інструментарій управління інтелектуальним капіталом на рівні конкретного торговельного підприємства [2].

Взаємозв'язок цифрової трансформації та розвитку інтелектуального капіталу як чинників конкурентоспроможності підприємства досліджено у праці А. Рамського та П. Сімавіна. Автори проаналізували складові інтелектуального капіталу – людський, структурний та клієнтський – і визначили вплив цифрових інструментів на ефективність управління ними, довівши, що цифрова трансформація сприяє підвищенню продуктивності праці, прискоренню обміну знаннями, розвитку інноваційного потенціалу та адаптивності підприємства до динамічних змін ринкового середовища. Проте в публікації не висвітлено специфіку торговельного підприємництва та механізми практичного застосування технологій штучного інтелекту для нарощування кожної з виокремлених складових інтелектуального капіталу [3].

Роль штучного інтелекту в системі управлінських рішень підприємства досліджував Д. Дриньов зі співавторами в [4]. Науковці акцентують увагу на тому, що сучасні системи штучного інтелекту здатні

навчатись і самостійно адаптуватись до специфічних умов роботи без постійного контролю людини, а їх використання в прийнятті управлінських рішень відкриває великий потенціал у багатьох сферах і стає важливим напрямом розвитку сучасної науки та практики. Водночас дослідження охоплює загальну проблематику управлінських рішень і не розкриває механізмів застосування штучного інтелекту в управлінні конкретними складовими інтелектуального капіталу торговельного підприємства – людським, клієнтським та структурним.

Особливого значення у контексті предмету дослідження набуває праця, присвячена впливу штучного інтелекту на торговельну діяльність [5]. Автори доводять, що застосування штучного інтелекту значною мірою сприяє підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств, а системи зі штучним інтелектом здатні швидко аналізувати дані про попит, прогнозувати потреби в товарах та матеріалах, оптимізувати логістичні рішення, зменшуючи витрати та підвищуючи ефективність, а також персоналізувати товарні рекомендації клієнтам на основі аналізу їх поведінки. Попри практичну цінність наведених прикладів, у роботі відсутній системний погляд на інтелектуальний капітал як стратегічний актив торговельного підприємства, що посилюється технологіями штучного інтелекту.

Роль цифрових технологій та інформаційних систем у розвитку торговельного підприємства висвітлено в дослідженні, що систематизує застосування сучасного програмного забезпечення в логістичному управлінні. Автори ідентифікують інформаційні технології, що можуть бути використані в управлінні торговельним підприємством, зокрема системи планування ресурсів підприємства, управління відносинами з клієнтами, управління ланцюгом поставок та електронну комерцію, і доводять їх роль у підвищенні ефективності операційних процесів. Однак дослідники зосереджуються на операційному рівні управління і не розглядають зазначені системи крізь призму формування клієнтського та структурного капіталу як складових інтелектуального потенціалу підприємств. [6].

Зарубіжний досвід формування інтелектуального капіталу підприємств сфери послуг узагальнено у праці Л. Патер. Авторка розглядає практику формування інтелектуального капіталу в ІТ-компаніях таких країн, як США, держав ЄС, Японії, Південної Кореї, Ізраїлю та скандинавських країн, виявляючи спільні закономірності та відмінності у підходах до розвитку людського, організаційного та реляційного капіталу. Попри цінність компаративного аналізу, залишається нерозкритим питання адаптації зарубіжних моделей до специфіки вітчизняного торговельного підприємництва та інтеграції технологій

штучного інтелекту в систему управління інтелектуальним капіталом [7].

Таким чином, аналіз наявних наукових публікацій засвідчує, що дослідники або розглядають інтелектуальний капітал як теоретичну категорію без прив'язки до галузевої специфіки торгівлі, або вивчають застосування штучного інтелекту і цифрових інформаційних систем у відриві від концепції інтелектуального капіталу. Не вирішеною залишається проблема формування інтегрованого механізму управління інтелектуальним капіталом торговельного підприємства на основі технологій штучного інтелекту – з урахуванням усіх його складових (людського, клієнтського та структурного капіталу) та їх взаємовпливу на конкурентоспроможність підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення підходів та можливостей застосування штучного інтелекту як інструмента управління інтелектуальним капіталом торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичним підґрунтям дослідження слугує авторське трактування інтелектуального капіталу торговельного підприємства як динамічної сукупності нематеріальних активів – людського, клієнтського та структурного капіталу, – що у взаємодії між собою та під впливом цифрових технологій генерують інтелектуальну додану вартість, забезпечують інноваційний розвиток і формують стійкі конкурентні переваги підприємства на ринку. Таке визначення принципово відрізняється від традиційних інтерпретацій, що зводять інтелектуальний капітал переважно до нематеріальних активів у бухгалтерському розумінні, оскільки акцентує на його динамічній природі, галузевій специфіці торгівлі та визначальній ролі цифрових технологій у його відтворенні.

Людський капітал торговельного підприємства охоплює знання, компетентності, навички та мотивацію персоналу – від лінійних продавців і логістів до менеджерів категорій та аналітиків даних. У сучасних умовах ключовою складовою людського капіталу торговельного підприємства стає цифрова компетентність – здатність персоналу ефективно взаємодіяти з інформаційними системами, інтерпретувати аналітичні звіти, використовувати інструменти штучного інтелекту та адаптуватись до постійно оновлюваного технологічного середовища. Відсутність цієї компетентності є однією з найсуттєвіших перешкод для цифрової трансформації вітчизняних торговельних підприємств.

Клієнтський капітал торговельного підприємства є сукупністю цінностей, що генеруються у взаємодії з ринком: бренд і репутація підприємства, база лояльних клієнтів, глибина розуміння споживчої поведінки, якість клієнтського досвіду та ефективність

каналів комунікації. У торгівлі клієнтський капітал є особливо ваговою складовою, оскільки прямо корелює з рівнем повторних покупок, середнім чеком та часткою ринку. Цифровізація докорінно змінила природу клієнтського капіталу: аналіз великих масивів даних про поведінку споживачів, персоналізація пропозицій і проактивне управління клієнтським досвідом перетворились на ключові інструменти його нарощування.

Структурний капітал торговельного підприємства охоплює організаційні знання, бізнес-процеси, внутрішні процедури, корпоративну культуру та інформаційні системи, що забезпечують операційну ефективність і відтворення конкурентних переваг незалежно від конкретних носіїв людського капіталу. Саме структурний капітал є тією складовою, що «залишається в підприємстві» навіть після плинності кадрів, і саме він найбезпосередніше пов'язаний із рівнем розвитку інформаційних систем і технологій штучного інтелекту.

Центральним теоретичним внеском даного дослідження є обґрунтування системного взаємозв'язку між технологіями штучного інтелекту та кожною з виокремлених складових інтелектуального капіталу торговельного підприємства. Так, технології штучного інтелекту впливають на людський капітал торговельного підприємства одночасно у трьох напрямках. По-перше, вони автоматизують рутинні та повторювані завдання – обробку замовлень, формування звітів, відповіді на типові запити клієнтів, – вивільняючи інтелектуальний потенціал персоналу для вирішення завдань вищого рівня складності, що потребують творчого мислення, емпатії та стратегічного судження. По-друге, системи штучного інтелекту виступають інструментами безперервного навчання персоналу: адаптивні навчальні платформи на основі машинного навчання формують персоналізовані траєкторії розвитку для кожного співробітника, підвищуючи ефективність корпоративного навчання. По-третє, аналітичні інструменти на основі штучного інтелекту дозволяють HR-підрозділам торговельних підприємств більш точно виявляти носіїв ключових компетентностей, прогнозувати ризики плинності кадрів і будувати ефективніші системи мотивації.

Однак ключовою загрозою для людського капіталу торговельного підприємства в контексті автоматизації є ризик «цифрового розриву» між категоріями персоналу: управлінська ланка і технічні фахівці можуть ефективно використовувати переваги штучного інтелекту, тоді як значна частина лінійних співробітників може відчувати загрозу для власних позицій. Управління цим ризиком – одне з ключових завдань HR-стратегії торговельного підприємства в умовах цифрової трансформації.

Найбільш безпосередній і вимірюваний вплив технологій штучного інтелекту на інтелектуальний капітал торговельного підприємства простежується саме у сфері клієнтського капіталу. Рекомендаційні системи на основі алгоритмів колаборативної фільтрації та глибокого навчання дозволяють персоналізувати товарні пропозиції для кожного клієнта, підвищуючи конверсію та середній чек. Предиктивна аналітика дає змогу прогнозувати відтік клієнтів і запроваджувати проактивні заходи утримання ще до того, як клієнт прийме рішення про перехід до конкурента. Чат-боти та голосові асистенти на основі великих мовних моделей забезпечують цілодобову підтримку клієнтів без зростання операційних витрат.

Принципово важливим є те, що штучний інтелект не лише підвищує ефективність роботи з наявними клієнтами, а й формує нові масиви знань про споживчу поведінку – аналіз патернів покупок, сегментація клієнтської бази, виявлення прихованих потреб, – що самі по собі є складовою клієнтського капіталу підприємства. Таким чином, технології штучного інтелекту виступають не лише інструментом управління клієнтським капіталом, а й засобом його безперервного нарощування.

Вплив технологій штучного інтелекту на структурний капітал торговельного підприємства реалізується передусім через оптимізацію бізнес-процесів і підвищення якості інформаційних систем. Алгоритми машинного навчання, інтегровані в системи управління ланцюгом поставок, дозволяють оптимізувати рівень товарних запасів, скорочувати логістичні витрати і мінімізувати ризики дефіциту чи надлишку товарів. Системи комп'ютерного зору автоматизують інвентаризацію і контроль викладки товарів у торговому залі. Предиктивні моделі ціноутворення забезпечують динамічну адаптацію цін до ринкових умов у режимі реального часу.

Найбільш стратегічно значущим є вплив штучного інтелекту на інформаційну архітектуру підприємства: інтеграція систем управління ресурсами підприємства, управління відносинами з клієнтами та аналітичних платформ на основі штучного інтелекту формує єдиний цифровий «хребет» підприємства, що перетворює розрізнені операційні дані на структуровані організаційні знання – ключовий елемент структурного капіталу.

На основі аналізу теоретичних підходів і практики цифровізації торговельних підприємств у даному дослідженні пропонуємо авторську модель формування інформаційних систем оцінки інтелектуального капіталу (МСОІК), що охоплює три взаємопов'язані рівні.

Перший рівень – операційний – забезпечує збір та первинну обробку даних про діяльність підприємства в режимі реального часу. На цьому рівні

функціонують системи управління ресурсами підприємства (ERP), системи управління відносинами з клієнтами (CRM), системи управління складом, касові системи та платформи електронної комерції. Сукупність цих систем формує первинний масив даних, що є сировиною для оцінки складових інтелектуального капіталу.

Другий рівень – аналітичний – здійснює трансформацію первинних операційних даних на знання про стан і динаміку інтелектуального капіталу підприємства. На цьому рівні застосовуються технології бізнес-аналітики, великих даних та машинного навчання. Для оцінки людського капіталу використовуються показники продуктивності персоналу, рівня цифрової компетентності, ефективності навчання і плинності кадрів. Клієнтський капітал оцінюється через індекс споживчої лояльності, показники утримання клієнтів, довічну цінність клієнта та глибину клієнтської бази. Структурний капітал вимірюється через показники ефективності бізнес-процесів, рівень автоматизації операцій, якість інформаційних систем та ступінь інтеграції даних між підрозділами.

Третій рівень – стратегічний – забезпечує трансформацію аналітичних результатів на управлінські рішення щодо розвитку інтелектуального капіталу. На цьому рівні формуються інтегровані дашборди для керівництва підприємства, що відображають динаміку ключових індикаторів усіх складових інтелектуального капіталу та їх вплив на конкурентоспроможність підприємства. Стратегічний рівень МСОІК забезпечує зворотний зв'язок між результатами оцінки та стратегічними рішеннями щодо інвестування в розвиток людського капіталу, програми лояльності для клієнтів або модернізацію інформаційних систем (рис. 1).

Традиційні підходи до оцінки інтелектуального капіталу – ринкові, витратні та дохідні методи – в умовах цифрової економіки виявляються недостатніми, оскільки не враховують динамічну природу нематеріальних активів і не здатні захопити цінність, що генерується даними та алгоритмами. Нами пропонується інтегрований методичний підхід до оцінки інтелектуального капіталу торговельного підприємства, що поєднує кількісні та якісні індикатори й ґрунтується на використанні технологій штучного інтелекту для збору та обробки вхідних даних.

Оцінка людського капіталу здійснюється за чотирма групами показників: продуктивнісні (виручка на одного співробітника, обсяг продажів на квадратний метр торгової площі); розвиткові (частка персоналу, що пройшов цифрове навчання, швидкість освоєння нових систем); утримувальні (індекс залученості персоналу, рівень плинності кваліфікованих кадрів); інноваційні (кількість ініціатив з удосконалення процесів, запропонованих персоналом). Авто-

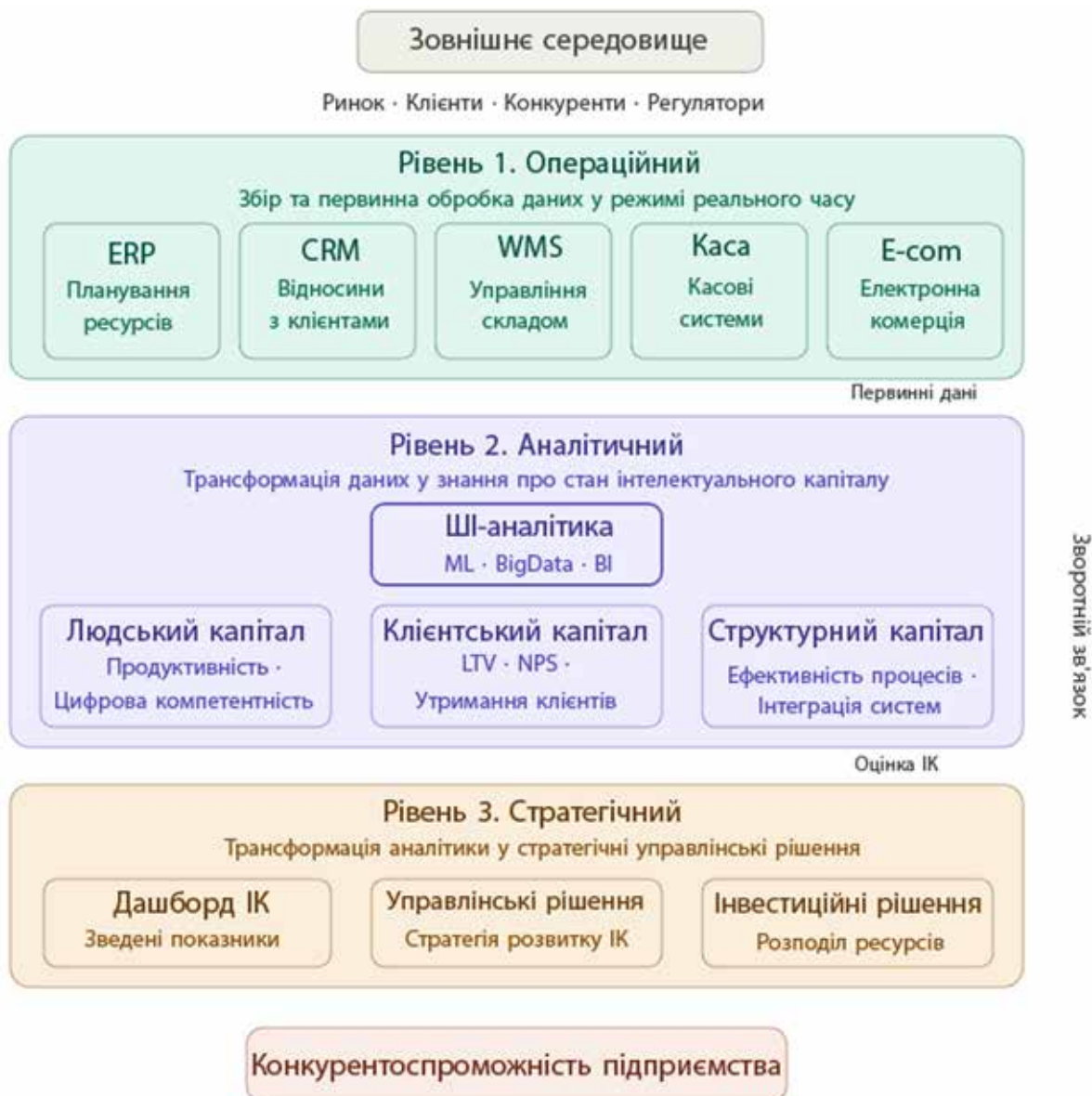


Рис. 1. Модель формування інформаційних систем оцінки інтелектуального капіталу

Джерело: розроблено авторами

мативований моніторинг цих показників здійснюється через інтегровані аналітичні модулі систем управління персоналом із застосуванням алгоритмів аномальної детекції та предиктивного аналізу.

Оцінка клієнтського капіталу базується на трьох ключових вимірювальних конструктах: довічна цінність клієнта, що відображає сукупний прогнозований дохід від взаємодії з клієнтом протягом усього терміну відносин; індекс споживчої лояльності, що вимірює готовність клієнтів рекомендувати підприємство; та коефіцієнт утримання клієнтів, що характеризує ефективність програм лояльності. Штучний інтелект тут забезпечує безперервний розрахунок цих показників у режимі реального часу і дозволяє

сегментувати клієнтську базу за рівнем цінності та ризиком відтоку.

Оцінка структурного капіталу ґрунтується на показниках ефективності бізнес-процесів (точність прогнозування попиту, швидкість обробки замовлень, рівень автоматизації операцій), якості інформаційних систем (рівень інтеграції систем, доступність даних, кібербезпека) та інноваційної активності (частка виручки від нових категорій товарів або каналів продажів, впроваджених протягом останніх двох років).

Реалізація запропонованої моделі в умовах вітчизняного торговельного підприємництва потребує врахування низки специфічних чинників. По-перше, переважна більшість українських торговельних

підприємств малого та середнього розміру не має достатньої фінансової спроможності для впровадження повномасштабних ШІ-рішень. Для цієї категорії підприємств найбільш доступним і ефективним шляхом є хмарні рішення на основі моделі «програмне забезпечення як послуга», що дозволяють отримати переваги штучного інтелекту без значних капітальних інвестицій.

По-друге, воєнний стан суттєво трансформував структуру клієнтського капіталу вітчизняних торговельних підприємств: зміна географії клієнтів унаслідок внутрішньої міграції, зростання частки онлайн-каналів продажів та підвищення чутливості споживачів до ціни формують нові вимоги до систем аналітики та персоналізації. Технології штучного інтелекту в цих умовах набувають ролі не лише інструменту підвищення ефективності, а й засобу адаптації до різко змінених ринкових умов.

По-третє, впровадження технологій штучного інтелекту в управління персоналом торговельних підприємств потребує особливої уваги до питань цифрової компетентності – особливо в контексті значного впливу кваліфікованих кадрів за кордон. Корпоративні програми цифрового навчання з використанням адаптивних платформ на основі штучного інтелекту стають стратегічним інструментом відновлення та нарощування людського капіталу підприємств у повоєнний період.

Отже, можемо обґрунтовано стверджувати, що запропонований нами підхід до управління інтелектуальним капіталом торговельного підприємства на

основі технологій штучного інтелекту формує цілісну теоретико-методичну основу для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних торговельних підприємств в умовах цифрової трансформації та повоєнного відновлення економіки України.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє констатувати, що в умовах цифрової економіки інтелектуальний капітал торговельного підприємства перетворюється на визначальний чинник його конкурентоспроможності та інноваційного розвитку. Традиційні підходи до управління нематеріальними активами є недостатніми в умовах стрімкої цифрової трансформації, оскільки не враховують динамічної природи інтелектуального капіталу та не передбачають системної інтеграції сучасних технологічних інструментів у процеси його формування й оцінювання. Таким чином, запропонований комплексний підхід до управління інтелектуальним капіталом торговельного підприємства на основі технологій штучного інтелекту формує теоретико-методичну основу для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних торговельних підприємств в умовах цифрової трансформації.

Перспективи подальших досліджень полягають у емпіричній апробації моделі МІСОІК на вибірці вітчизняних торговельних підприємств, розробці галузевих нормативів показників інтелектуального капіталу для торгівлі, а також у дослідженні впливу генеративного штучного інтелекту на трансформацію людського та клієнтського капіталу торговельного підприємства у середньостроковій перспективі.

Список літератури:

1. Шульга, О. В. (2023). Інтелектуальний капітал: сутність та напрями використання. *Economics Bulletin of the Dnipro University of Technology*, (4), 28–34. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/84.028>
2. Фоміна О., Семенова, С. (2025). Оцінка інтелектуального капіталу в рамках цифрової стратегії ЄС. *Scientia fructuosa*, 160(2), 60–77. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2025\(160\)08](https://doi.org/10.31617/1.2025(160)08)
3. Рамський, А. Ю., & Сімавін, П. Ю. (2025). Цифрова трансформація та інтелектуальний капітал: імперативи конкурентоспроможності підприємства. *Академічні візії*, (48). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17981550>
4. Дриньов, Д., Войтех, К., & Тимошенко, Р. (2023). Штучний інтелект в процесі прийняття та реалізації управлінських рішень. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (18), 74–79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.7>
5. Воробйова В.В., Чернявська Т.А. (2023). Вплив штучного інтелекту на торгівлю: можливості та виклики для українського ринку. *Challenges and Issues of Modern Science*. Дніпровський університет технологій. URL: <https://fti.dp.ua/conf/2023/05227-1324/>
6. Попело, О., & Свириденко, О. (2025). Роль цифрових технологій у розвитку логістичної системи торговельного підприємства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, (1(41)), 146–158. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-146-158](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-146-158)
7. Патер, Л. (2025). Зарубіжний досвід формування інтелектуального капіталу підприємств сфери ІТ-послуг. *Підприємництво і торгівля*, (45), 47–52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-45-06>

References:

1. Shul'ha, O. V. (2023). Intel'ektual'nyy kapital: sutnist' ta napryamy vykorystannya. [Intellectual capital: essence and directions of use]. *Economics Bulletin of the Dnipro University of Technology*, (4), 28–34. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/84.028>
2. Fomina O., Semenova, S. (2025). Otsinka intelektual'noho kapitalu v ramkakh tsyfrovoyi stratehiyi ES. [Assessment of intellectual capital within the framework of the EU digital strategy]. *Scientia fructuosa*, 160(2), 60–77. DOI: [https://doi.org/10.31617/1.2025\(160\)08](https://doi.org/10.31617/1.2025(160)08)

3. Rams'ky, A. YU., & Simavin, P. YU. (2025). Tsyfrova transformatsiya ta intelektual'nyy kapital: imperatyvy konkurentospromozhnosti pidpryyemstva. [Digital transformation and intellectual capital: imperatives of enterprise competitiveness]. *Akademichni vizyiv*, (48). DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17981550>

4. Dryn'ov, D., Voytek, K., & Tymoshenko, R. (2023). Shtuchnyy intelekt v protsesi pryynyattya ta realizatsiyi upravlyns'kykh rishen'. [Artificial intelligence in the process of making and implementing management decisions]. *Tavriys'kyy naukovyy visnyk. Seriya: Ekonomika*, (18), 74–79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.18.7>

5. Vorobyova V.V., Chernyavs'ka T.A. (2023). Vplyv shtuchoho intelektu na torhivlyu: mozhlyvosti ta vyklyky dlya ukrayins'koho rynku. [The impact of artificial intelligence on trade: opportunities and challenges for the Ukrainian market]. *Challenges and Issues of Modern Science*. Dniprovskyy universytet tekhnolohiy. URL: <https://fti.dp.ua/conf/2023/05227-1324/>

6. Popelo, O., & Svyrydenko, O. (2025). Rol' tsyfrovyykh tekhnolohiy u rozvytku lohistychnoyi systemy torhovel'noho pidpryyemstva. [The role of digital technologies in the development of the logistics system of a trading enterprise]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*, (1(41)), 146–158. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-146-158](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-146-158)

7. Pater, L. (2025). Zarubizhnyy dosvid formuvannya intelektual'noho kapitalu pidpryyemstv sfery IT-posluh. [Foreign experience in the formation of intellectual capital of IT services enterprises]. *Pidpryyemnytstvo i torhivlya*, (45), 47–52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-45-06>

Стаття надійшла: 30.04.2026

Стаття прийнята: 22.05.2026

Стаття опублікована: 06.07.2026