

Отримано 22.04.2026 Рецензовано 11.05.2026 Прийнято 29.05.2026 Опубліковано 01.06.2026

УДК 338.2

DOI: 10.30857/2786-5398.2026.3.3

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

БОНДАРЕНКО БОГДАН СЕРГІЙОВИЧ

аспірант кафедри економіки,

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-6431-3434>

daren.24@ukr.net

Анотація. В умовах глобалізованої економіки, стрімкого розвитку технологій та підвищеної нестабільності ринкового середовища питання конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості набуває вирішального значення для забезпечення їхнього сталого функціонування. Впровадження сучасних цифрових технологій суттєво трансформує бізнес-процеси, управлінські підходи та механізми взаємодії з клієнтами. За таких умов цифровізація виступає не лише засобом підвищення ефективності діяльності підприємства, а й ключовим чинником формування конкурентних переваг і зміцнення його позицій на ринку. Метою дослідження є аналіз теоретичних основ та історичного аспекту становлення цифровізації як ключового чинника формування конкурентних переваг, визначення впливу цифровізації на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості та формування стратегії на основі цифровізації. Проведено аналіз визначень поняття «цифровізація», запропонованих вітчизняними та зарубіжними вченими, вивчено історичний аспект становлення цифровізації як ключового чинника формування конкурентоспроможності підприємств. Визначено вплив цифровізації на конкурентоспроможність підприємства. Проведено SWOT-аналіз цифровізації підприємства легкої промисловості як якісного методу оцінки його конкурентоспроможності та визначено основні стратегії підприємства залежно від рівня його цифровізації. Виконано семантичний аналіз визначень терміну «цифровізація» (англ. digitalization). Подані визначення цифровізації, попри певні відмінності у формулюваннях, є концептуально узгодженими та взаємодоповнюють одне одного. Водночас між ними простежуються окремі розбіжності в акцентах і підходах. У процесі дослідження розглянуто розвиток підходів до цифровізації в історичному аспекті. Цифровізація безпосередньо пов'язана з історичними особливостями становлення людського суспільства. Основою виникнення цифровізації став активний розвиток інформаційних технологій. Цифровізація є важливим чинником підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства легкої промисловості в сучасних умовах. Вона впливає як на внутрішні процеси управління, так і на взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем. Запропоновано використання SWOT-аналізу цифровізації на підприємствах легкої промисловості як якісного методу оцінки рівня їх конкурентоспроможності на основі цифровізації.

Ключові слова: цифровізація; конкурентоспроможність; підприємство; легка промисловість; штучний інтелект; SWOT-аналіз.

DIGITIZATION AS A KEY FACTOR IN FORMING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF FASHION INDUSTRY

BONDARENKO BOHDAN

Postgraduate student Department of Economics,
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-6431-3434>
daren.24@ukr.net

Abstract. In the conditions of a globalized economy, rapid technological development, and increased instability of the market environment, the issue of enterprise of fashion industry competitiveness acquires decisive importance for ensuring their sustainable functioning. The implementation of modern digital technologies significantly transforms business processes, management approaches, and customer interaction mechanisms. Under such conditions, digitalization acts not only as a means of increasing the efficiency of enterprise activities, but also as a key factor in the formation of competitive advantages and strengthening its market position. The purpose of the study is to analyze the theoretical foundations and historical aspects of digitalization's emergence as a key factor in creating competitive advantages, to assess the impact of digitalization on the competitiveness of enterprises in the fashion industry, and to develop an enterprise strategy based on digitalization. An analysis of the definitions of "digitalization" proposed by domestic and foreign scholars was conducted, and the historical development of digitalization as a key factor in the creation of enterprise competitiveness was examined. The impact of digitalization on enterprise competitiveness was determined. A SWOT analysis of enterprise digitalization was conducted as a qualitative method for assessing the competitiveness of enterprises in the fashion industry, and the main enterprise strategies depending on the level of their digitalization were identified. A semantic analysis of the definitions of "digitalization" was conducted. The presented definitions of digitalization, despite some differences in wording, are conceptually consistent and complementary. At the same time, certain differences in emphases and approaches can be traced between them. The study examined the development of approaches to digitalization from a historical perspective. Digitalization is directly related to the historical features of human society's formation. The basis for the emergence of digitalization was the active development of information technologies. Digitalization is a key factor in increasing the efficiency and competitiveness of a fashion industry enterprise in modern conditions. It affects both internal management processes and the enterprise's interactions with the external environment. The use of a SWOT analysis of digitalization in fashion industry enterprises is proposed as a qualitative method for assessing their competitiveness in relation to digitalization.

Keywords: digitalization; competitiveness; enterprise; fashion industry; artificial intelligence; SWOT analysis.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації, прискореного технологічного розвитку та зростаючої нестабільності ринкового середовища конкурентоспроможність підприємств стає ключовим чинником їх розвитку. Сучасні цифрові технології докорінно змінюють бізнес-процеси, підходи до управління та взаємодії з клієнтами. Для підприємств легкої промисловості цифровізація є особливо важливою через специфіку галузі: високу залежність від модних тенденцій, сезонності попиту, швидкості оновлення асортименту та логістичних процесів. Використання цифрових інструментів дає змогу оперативно реагувати на зміни ринку, автоматизувати виробництво, покращити управління запасами та ефективніше

взаємодіяти зі споживачами. Цифровізація (англ. digitalization) виступає не лише інструментом оптимізації діяльності підприємств, а й ключовим чинником формування їхніх конкурентних переваг та конкурентоспроможності. Вона передбачає використання цифрових технологій для оптимізації, автоматизації, роботизації, та трансформації діяльності підприємств. Сучасний рівень цифровізації є результатом тривалого історичного розвитку управлінських підходів і технологічних інновацій.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженню питань особливостей цифровізації та її впливу на конкурентоспроможність підприємств присвячено велику кількість наукових праць, зокрема К.В. Клименко [1], М. Адаменко [2], В.П. Варга [3], М.О. Устенко, А.О. Руських [4], Й. Бйоркдаль та М. Хольмен [5], Ф. Каппа, Р. Оріані, Е. Перуффо та І. Маккарті [6], М. Градільяс та Д.В.Т. Ллевеллін [7], Дж.С. Бреннен та Д. Крайсс [8], Дж. Грей та Б. Румпе [9] та ін. Автори праць [10, 12] вказують на важливу роль процесів цифровізації в забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Р.В. Мельник [11] вивчав питання оптимізації бізнес-процесів, зокрема тих, що пов'язані зі взаємодією з клієнтами в сучасних умовах цифрового суспільства.

Невирішені частини дослідження. Проте теоретичні основи та історичний аспект становлення цифровізації як ключа до забезпечення високого рівня конкурентоспроможності, правильного розуміння її сучасної ролі та майбутніх наслідків на розвиток підприємств легкої промисловості, потребує більш детального вивчення та розроблення.

Метою дослідження є аналіз теоретичних основ та історичного аспекту становлення цифровізації як ключового чинника формування конкурентних переваг, визначення впливу цифровізації на конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості та формування стратегії підприємства на основі цифровізації.

Результати та обговорення. Цифровізація як процес впровадження цифрових технологій у всі сфери діяльності підприємства з метою підвищення ефективності, прозорості та гнучкості управління, охоплює використання інформаційних систем, великих даних, штучного інтелекту, хмарних технологій, Інтернету речей та автоматизації бізнес-процесів. Застосування цифрових інструментів дає змогу підприємствам легкої промисловості швидше реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення та формувати клієнтоорієнтовані бізнес-моделі.

У процесі дослідження проведено семантичний аналіз визначень терміна «цифровізація», наведених у табл. 1. Подані визначення цифровізації, попри певні відмінності у формулюваннях, є концептуально узгодженими та взаємодоповнюють одне одного. Водночас між ними простежуються окремі розбіжності в акцентах і підходах.

Основні визначення терміну «цифровізація» наведено в табл. 1. Досліджуючи сенс терміну, що описує цифровізацію, К.В. Клименко наголошує, що «діджиталізація – це дефініція, що характеризується трансформаційними змінами, що мають на меті симбіоз оцифрування і софту» [1]. У працях [2, 4, 7–9] вказується, що цифровізація – це впровадження, проникнення, використання цифрових технологій в усі сфери життя, у тому числі у бізнес-процеси підприємств. Автори [5, 6] зазначають, що цифровізація потребує інформаційних і комунікаційних технологій.

Переважає більшість науковців, зокрема Й. Бйоркдаль та М. Хольмен [5], Ф. Каппа, Р. Оріані, Е. Перуффо та І. Маккарті [6], М. Градільяс та Д.В.Т. Ллевеллін [7], Дж. Грей та Б. Румпе [9] пишуть, що цифровізація використовується для створення або підвищення цінності продуктів фірми. Автори джерел [3, 4] відзначають, що цифровізація використовується для вдосконалення обслуговування споживачів у бізнес-середовищі, поліпшення комунікаційної взаємодії з ними. М. Градільяс та Д.В.Т. Ллевеллін [7] звертають увагу на те, що цифровізація є частиною інноваційного процесу підприємства, створює інновації та цифрові інновації. Дж. Грей та Б. Румпе [9] справедливо вважає, що

цифровізація збільшує прибутки підприємства, а М. О. Устенко та А. О. Руських [4] відмічають, що цифровізація забезпечує підвищення продуктивності.

У наукових дослідженнях існує потреба чітко розмежовувати поняття «оцифрування», «цифровізація» та «цифрова трансформація», оскільки вони відображають різні рівні використання цифрових технологій. Digitization (оцифрування) – це процес переведення аналогової інформації у цифровий формат без зміни сутності процесів. Власне кажучи, це технічне перетворення даних, наприклад: сканування документів, створення електронних баз даних, цифрових архівів тощо. Основною метою є зробити інформацію доступною для всіх співробітників в електронному вигляді. Digitalization (цифровізація) – ширше поняття, яке передбачає використання цифрових технологій для вдосконалення наявних бізнес-процесів, управління підприємством і комунікації із зовнішнім середовищем. У цьому випадку змінюється спосіб виконання процесів, підвищується їх ефективність, швидкість і зручність. Наприклад, впровадження електронної комерції, CRM-систем, електронного документообігу, онлайн-сервісів для клієнтів тощо. Digital transformation (цифрова трансформація) – стратегічна зміна діяльності підприємства під впливом цифрових технологій. Вона охоплює не лише автоматизацію та роботизацію процесів, а й зміну бізнес-моделі, корпоративної культури, підходів до управління, створення цінності для споживачів. Цифрова трансформація передбачає глибокі організаційні зміни та інтеграцію цифрових технологій у всі сфери діяльності. На сучасному етапі для більшості підприємств легкої промисловості переважає саме цифровізація, тоді як оцифрування є уже здебільшого пройденим етапом, а цифрова трансформація впроваджується лише окремими великими або інноваційно орієнтованими компаніями.

Таблиця 1

Основні визначення поняття «цифровізація (діджиталізація)»

№	Автор	Визначення
1	К.В. Клименко	«Діджиталізація – дефініція, що характеризується трансформаційними змінами, що мають на меті симбіоз оцифрування і софту» [1].
2	М. Адаменко	«Цифровізація (з англ. digitalization) – це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних і обчислювальних компонентів). Перехід діяльності з реального світу у світ віртуального (онлайн)» [2]. «Цифрова трансформація (цифровізація) – це перетворення наявних аналогових (іноді електронних) продуктів, процесів та бізнес-моделей організації, в основі якої лежить ефективне використання цифрових технологій» [2].
3	В.П. Варга	«Діджиталізація – процес систематизації, використання, обробки інформації у цифровий формат з метою вдосконалення обслуговування споживачів у бізнес-середовищі» [3].
4	М.О. Устенко, А.О. Руських	«Діджиталізація являє корінні перетворення, що набувають вираження у глибокому проникненні цифрових технологій у бізнес-процеси, їх оптимізації, підвищенні продуктивності та поліпшенні комунікаційної взаємодії зі споживачами» [4].
5	Й. Бйоркдаль, М. Хольмен	«Ми можемо розуміти цифровізацію як збільшення генерації, аналізу та використання даних для створення цінності. Цифровізація вимагає інформаційних і комунікаційних технологій та інтеграції таких технологій у різні частини діяльності фірми та її продукти» [5].
6	Ф. Каппа, Р. Орлані, Е. Перуффо, І. Маккарті	«Цифровізація – це процес генерування, збору та аналізу даних для створення цінності завдяки останнім досягненням інформаційних технологій» [6].
7	М. Градільяс, Д.В.Т. Ллевеллін	«Цифрування використовувалося для позначення процесів збору, генерації та аналізу даних для створення цінності та забезпечення інновацій; прагнення до цифрових інновацій, тобто створення нових цифрових продуктів; і використання цифрових технологій як частини інноваційного процесу» [7].
8	Дж.С. Бреннен, Д. Крайсс	«Впровадження або розширення використання цифрових чи комп'ютерних технологій організацією, галуззю, країною тощо» [8].

Продовження табл. 1

№	Автор	Визначення
9	Дж. Грей Джефф, Б. Румпе	«Цифровізація – це використання цифрових технологій для зміни бізнес-моделі та надання нових можливостей для отримання прибутку та збільшення цінності; це процес переходу до цифрового бізнесу». Інтеграція багатьох технологій у всі аспекти повсякденного життя, які можна оцифрувати» [9].

Джерело: розроблено автором.

У процесі дослідження розглянуто виникнення та розвиток підходів до цифровізації в історичному аспекті, та результати зведено до табл. 2. Цифровізація безпосередньо пов'язана з історичними особливостями становлення людського суспільства. Основою виникнення цифровізації став активний розвиток інформаційних технологій.

Таблиця 2

Етапи розвитку цифровізації на підприємствах

Етап	Час виникнення	Характеристика
Механізація та автоматизація обліку	початок XX століття	Підприємства почали використовувати механічні та електромеханічні пристрої для ведення бухгалтерського обліку, розрахунку заробітної плати та обробки даних.
Поява комп'ютерів у бізнесі	1950–1960 рр.	Електронні комп'ютери почали застосовуватися у великих корпораціях і банках. Вони використовувалися для фінансових розрахунків, планування виробництва та управління запасами.
Розвиток інформаційних систем управління	1970–1980 рр.	Поширилися інформаційні системи управління (MIS), а згодом – системи планування ресурсів підприємства (ERP). Вони забезпечили інтеграцію різних бізнес-процесів: виробництва, логістики, фінансів і кадрів.
Інтернет і електронний бізнес	кінець XX століття	Поява Інтернету, що спричинило радикальні зміни в бізнес-процесах. З'явилися електронна комерція, онлайн-банкінг, цифровий маркетинг, дистанційне обслуговування клієнтів.
Цифрова трансформація	XXI століття	Хмарні технології, великі дані (Big Data), штучний інтелект, машинне навчання, роботизація процесів (RPA)

Джерело: розроблено автором.

Цифровізація підприємств легкої промисловості сприяє зниженню витрат, економії ресурсів, підвищенню продуктивності праці, поліпшенню якості продукції та послуг. Вона дозволяє швидко масштабувати діяльність, виходити на глобальні ринки та створювати нові бізнес-моделі. Водночас компанії стикаються з викликами кібербезпеки, дефіцитом цифрових компетенцій і необхідністю управління змінами. В табл. 3 наведено SWOT-аналіз цифровізації підприємств легкої промисловості, який є якісним методом оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі рівня його цифровізації та інструментом формування стратегій конкуренції та розвитку. Сильні та слабкі сторони підприємств легкої промисловості було визначено на основі аналізу внутрішніх показників діяльності, ефективності роботи, якості продукції, репутації бренду, наявності сучасних технологій і конкурентних переваг. Джерелами інформації були бухгалтерська звітність, внутрішні статистичні дані підприємств, опитування керівництва, відгуки клієнтів. Джерелами формування можливостей і загроз стали аналітичні звіти, маркетингові дослідження, державні програми, статистичні дані та прогнози розвитку галузі.

На основі проведеного SWOT-аналізу цифровізації підприємства легкої промисловості можуть застосовувати різні стратегічні підходи. Стратегія зростання передбачає використання наявних сильних сторін для реалізації можливостей шляхом розвитку e-commerce, масштабування бізнесу через хмарні технології та впровадження аналітики й штучного інтелекту. Стратегія розвитку або адаптації орієнтована на подолання внутрішніх обмежень через навчання персоналу, IT-аутсорсинг і партнерство з технологічними компаніями. Конкурентна (захисна) стратегія полягає в посиленні

кібербезпеки, зниженні витрат за рахунок автоматизації та підвищенні гнучкості цифрових процесів. В умовах кризи доцільною є оборонна стратегія, що передбачає поступову цифровізацію, стандартизацію процесів і мінімізацію високоризикових ІТ-проектів.

Таблиця 3

Матриця SWOT-аналізу цифровізації підприємств легкої промисловості

<p>Внутрішні чинники</p>	<p>Сильні сторони: Автоматизація бізнес-процесів; Доступ до даних у реальному часі з використанням систем ERP, CRM; Поліпшення якості управлінських рішень; Онлайн-сервіси, персоналізація, швидке обслуговування; Big Data, AI дозволяють приймати оптимальні управлінські рішення на основі даних; Зростання продуктивності праці персоналу; Підвищення споживчої цінності товару та якісний сервіс; Цифрові інструменти спрощують комунікацію та координацію; Більш тісний зв'язок з клієнтами та споживачами; Підвищення лояльності клієнтів до компанії; Гнучкість і масштабованість бізнесу; Хмарні рішення дозволяють швидко розширювати діяльність; Зниження операційних витрат у довгостроковій перспективі.</p>	<p>Слабкі сторони: Високі початкові інвестиції; Витрати на програмне забезпечення, обладнання, інтеграцію та навчання персоналу; Опір персоналу змінам; Страх автоматизації; Нестача цифрових навичок персоналу; Залежність від ІТ-інфраструктури та постачальників; Ризик збоїв у перехідний період; Дефіцит кадрів, кваліфікованих в сфері цифровізації; Необхідність постійного оновлення технологій; Складність інтеграції зі старими системами.</p>
<p>Зовнішні чинники</p>		
<p>Можливості:</p>	<p>СІМ</p>	<p>СЛМ</p>
<p>Вихід на нові ринки; Е-commerce, цифрові платформи, міжнародна присутність; Використання штучного інтелекту; Роботизація, автоматизація; Прогнозування попиту, оптимізація виробництва; Партнерства з ІТ-компаніями та стартапами; Підвищення конкурентоспроможності; Державні програми підтримки цифровізації; Покращення кібербезпеки порівняно з паперовими процесами.</p>	<p>Стратегія зростання <i>Використати сильні сторони, щоб максимально реалізувати можливості.</i> Використання розвиненої ІТ-інфраструктури для виходу в е-commerce; Масштабування бізнесу через хмарні технології; Автоматизація процесів для швидкого захоплення нових ринків. Коли застосовується: Підприємство цифрово зріле, ринок зростає.</p>	<p>Стратегія розвитку / адаптації <i>Подолати слабкі сторони, використовуючи зовнішні можливості.</i> Навчання персоналу через державні програми цифровізації; Залучення ІТ-аутсорсингу для компенсації нестачі фахівців; Модернізація застарілих систем за рахунок грантів або інвесторів; Партнерство з технологічними компаніями. Коли застосовується: Є потенціал росту, але внутрішні ресурси обмежені.</p>
<p>Загрози:</p>	<p>СІЗ</p>	<p>СЛЗ</p>
<p>Кіберзагрози та витоки даних; Швидке моральне старіння технологій; Зростання конкуренції з боку цифрово зрілих компаній; Регуляторні та правові обмеження; Залежність від зовнішніх цифрових платформ; Можливі збої через кібератаки або технічні помилки; Скорочення персоналу; Напруга в колективі.</p>	<p>Конкурентна / захисна стратегія <i>Використати сильні сторони, щоб мінімізувати загрози.</i> Посилення кібербезпеки завдяки фінансовим і технічним ресурсам; Використання автоматизації для зниження витрат і протидії конкуренції; Гнучкі цифрові процеси для швидкої адаптації до змін регулювання; Власні ІТ-рішення замість залежності від сторонніх платформ. Коли застосовується: Ринок нестабільний, високі ризики та конкуренція.</p>	<p>Оборонна / стратегія виживання <i>Мінімізувати слабкі сторони та уникати загроз.</i> Скорочення ІТ-проектів із високим ризиком; Відмова від складних цифрових рішень на користь базових; Стандартизація процесів і зниження витрат; Поступова цифровізація замість різкої трансформації. Коли застосовується: Криза, нестача ресурсів, високі зовнішні загрози.</p>

Джерело: розроблено автором.

Висновки. Цифровізація підприємств легкої промисловості сьогодні є одним із ключових чинників забезпечення їхньої конкурентоспроможності в умовах воєнного стану та нестабільного економічного середовища. Використання цифрових технологій сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, удосконаленню бізнес-процесів, покращенню якості управління, адаптації до потреб споживачів та активізації інноваційного розвитку. Дослідження наукових підходів до трактування поняття «цифровізація» свідчить, що, незважаючи на певні відмінності у формулюваннях, більшість визначень має спільну концептуальну основу та взаємно доповнює одне одного. Водночас окремі автори по-різному акцентують увагу на цілях, інструментах і результатах цифровізації.

На сучасному етапі розвитку підприємств легкої промисловості найбільш поширеним явищем є цифровізація (digitalization), тоді як оцифрування (digitization) переважно вже реалізоване як базовий етап переходу до цифрового середовища. Натомість цифрова трансформація (digital transformation), яка передбачає комплексну зміну бізнес-моделі та управлінських підходів, характерна переважно для великих або інноваційно орієнтованих підприємств.

Еволюція цифровізації відображає поступовий розвиток від ручної праці та традиційних методів управління до використання автоматизованих і інтелектуальних цифрових систем. Основою цього процесу став стрімкий розвиток інформаційних технологій, що суттєво змінили підходи до організації виробництва та управління підприємствами. У сучасних умовах функціонування бізнесу без цифрових технологій практично неможливе, а подальший розвиток цифровізації значною мірою визначатиме рівень конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості.

На підприємствах легкої промисловості пропонується використовувати SWOT-аналіз цифровізації як якісний метод оцінки рівня їх конкурентоспроможності на основі цифровізації, що дає змогу сформулювати стратегії конкуренції та розвитку. Еволюція цифрових технологій на підприємствах легкої промисловості демонструє послідовний перехід від автоматизації через віртуалізацію до смартизації, де сучасні інструменти на основі штучного інтелекту, великих даних і автоматизованих комунікацій стають ключовими факторами ефективного управління та забезпечення стійкості бізнесу в умовах війни та постійної турбулентності ринку.

References

Література

1. Klymenko, K. V. (2020). Didzhytalizatsiia yak innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv: dosvid Ukrainy [Digitalization as innovative development of enterprises: the experience of Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 3(4), 13–18. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=7404> [in Ukrainian].
2. Adamenko, M. (n.d.). Tsyfrovizatsiia. Terminolohiia [Digitalization. Terminology]. URL: <https://oth.nlu.org.ua/?p=5614> [in Ukrainian].
3. Varha, V. P. (2020). Didzhytalizatsiia yak odyn z chynnykiv konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Digitalization as one of the factors of enterprise competitiveness]. *Efektivna ekonomika*, (8). URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf [in Ukrainian].
4. Ustenko, M. O., & Ruskykh, A. O. (2019). Didzhytalizatsiia: osnova konkurentospromozhnosti pidpriemstva v realiiakh tsyfrovoi ekonomiky [Digitalization: the basis of enterprise competitiveness in the realities of the digital economy]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (68), 181–192. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/188288> [in Ukrainian].
1. Клименко К. В. Діджиталізація як інноваційний розвиток підприємств: досвід України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. Том 3, № 4. С. 13–18. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=7404>.
2. Адаменко М. Цифровізація. Термінологія. URL: <https://oth.nlu.org.ua/?p=5614>.
3. Варга В.П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf.
4. Устенко М. О., Руських А. О. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 68. С. 181–192. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/188288>.

5. Björkdahl, J., & Holmén M. (2019). Exploiting the control revolution by means of digitalization: Value creation, value capture, and downstream movements. *Industrial and Corporate Change*, 28 (3), 423–436.
6. Cappa, F., Oriani, R., Peruffo, E., & McCarthy, I. (2021). Big Data for Creating and Capturing Value in the Digitalized Environment: Unpacking the Effects of Volume, Variety, and Veracity on Firm Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 38 (1), 49–67. DOI: <https://doi.org/10.1111/jpim.12545>.
7. Gradillas, M., & Llewellyn, D. W, T. (2025) Distinguishing digitization and digitalization: A systematic review and conceptual framework. *Journal of Product Innovation Management*, 42.1, 112–143.
8. Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016) Digitalization. The international encyclopedia of communication theory and philosophy. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118766804.wbiect111>.
9. Gray, J., & Rumpe, B. (2015). Models for digitalization. *Software & Systems Modeling*, 14.4, 1319–1320.
10. Kasych, A. O., & Astsatryan, A. A. (2021). Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Managing the international competitiveness of an enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (32). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/859> [in Ukrainian].
11. Melnyk, R. V. (2025). Optyimizatsiia biznes-protsesiv kliientoorietovanykh system pidpriemstva v movakh tsyfrovoy transformatsii [Optimization of business processes of customer-oriented enterprise systems in the languages of digital transformation]. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*, (4), 54–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-4-7>. [in Ukrainian].
12. Olshanska, O. V., & Bondarenko, B. S. (2024). Tsyfrovii biznes-modeli yak chynnyk zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Digital business models as a factor in ensuring the competitiveness of enterprises]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen*, 3(20), 108–116. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.3.11> [in Ukrainian].
5. Björkdahl J., Holmén M. Exploiting the control revolution by means of digitalization: Value creation, value capture, and downstream movements. *Industrial and Corporate Change*. 2019. No. 28 (3). P. 423–436.
6. Cappa F., Oriani R., Peruffo E., McCarthy I. Big Data for Creating and Capturing Value in the Digitalized Environment: Unpacking the Effects of Volume, Variety, and Veracity on Firm Performance. *Journal of Product Innovation Management*. 2021. No. 38 (1). P. 49–67. DOI: <https://doi.org/10.1111/jpim.12545>.
7. Gradillas M., Llewellyn D. W. T. Distinguishing digitization and digitalization: A systematic review and conceptual framework. *Journal of Product Innovation Management*. 2025. No. 42.1. P. 112–143.
8. Brennen J. S., Kreiss D. (2016). Digitalization. The international encyclopedia of communication theory and philosophy. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118766804.wbiect111>.
9. Gray J., Rumpe B. Models for digitalization. *Software & Systems Modeling*. 2015. No. 14.4. P. 1319–1320.
10. Касич А. О., Асцатрян А. А. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/859>.
11. Мельник Р. В. Оптимізація бізнес-процесів клієнтоорієтованих систем підприємства в мовах цифрової трансформації. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2025. Вип. 4. С. 54–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-4-7>.
12. Ольшанська О. В., Бондаренко Б. С. Цифрові бізнес-моделі як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2024. № 3(20). С. 108–116. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.3.11>.