

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2025. № 2.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.59>

УДК 004.8, 339.137.21

В. Є. Титаренко,

к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій, Заклад вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-5805-6857>

ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

V. Tytarenko,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Enterprise

Economics and Information Technologies,

Higher education institution “Lviv University of Business and Law”

INNOVATIVE FACTORS OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS BASED ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Швидкий розвиток штучного інтелекту (ШІ) вже розпочав кардинально змінювати конкурентне середовище, визначаючи нові фактори успішності підприємств. У статті розглядаються нові аспекти конкурентоспроможності, що зумовлені ШІ: швидкість ухвалення рішень, глибока персоналізація, автономні операційні системи та адаптивні бізнес-моделі.

Також у роботі аналізуються сучасні дослідження й практичні аспекти інтеграції ІІІ в діяльності підприємств. Дослідження вивчає зв'язок між інтеграцією ІІІ та підвищенням ефективності, іноваційності та взаємодії з клієнтами. Також окреслено виклики цифрової економіки, зокрема необхідність адаптації традиційних практик до нових технологій.

Робота спрямована на розширення академічного дискурсу щодо ролі ІІІ у формуванні конкурентоспроможності та пропонує практичні рекомендації для керівників підприємств. Окрему увагу виділено майбутнім дослідженням, зокрема етичним та соціально-економічним аспектам використання ІІІ.

The rapid advancement of artificial intelligence (AI) has fundamentally transformed the competitive landscape for enterprises, introducing new factors that redefine how businesses achieve and sustain competitiveness. This article explores the formation of innovative competitiveness factors driven by AI, focusing on four key dimensions: decision-making speed, deep personalization, autonomous operational systems, and adaptive business models.

Firstly, AI enables real-time data analysis, significantly accelerating decision-making processes. For instance, dynamic pricing algorithms, allow businesses to respond instantaneously to market changes, enhancing their agility. Secondly, AI-driven personalization, allows enterprises to tailor their offerings to individual customer preferences, fostering loyalty and satisfaction. Thirdly, the integration of AI into operational systems, enhances efficiency and reduces human error, creating a seamless "human + machine" collaboration in production environments. Lastly, AI facilitates the development of adaptive business models, enabling scalability through cloud-based AI services and transitioning from product-centric to service-oriented approaches, such as predictive maintenance.

The article begins by addressing the broader problem of maintaining competitiveness in an increasingly digital and AI-driven economy, linking it to both practical business challenges and academic discourse. It then reviews recent

research and publications, identifying gaps in understanding how AI-driven factors can be systematically leveraged for competitive advantage. The study aims to provide a comprehensive framework for integrating AI into business strategies, supported by empirical evidence and case studies.

The main body of the article presents a detailed analysis of the four AI-driven competitiveness factors, drawing on insights from leading scholars and industry reports. It argues that the synergy between AI and traditional business practices can unlock unprecedented levels of efficiency, innovation, and customer engagement. The article concludes by outlining future research directions, emphasizing the need for interdisciplinary approaches to explore the ethical, economic, and societal implications of AI in business.

This research contributes to the growing body of knowledge on AI's role in shaping modern enterprises, offering actionable insights for business leaders and policymakers aiming to harness AI's potential for sustainable competitive advantage.

Ключові слова: *штучний інтелект, конкурентоспроможність підприємства, інноваційні чинники конкурентоспроможності, персоналізація, автономні системи, адаптивні бізнес-моделі.*

Keywords: *artificial intelligence, enterprise competitiveness, innovative factors of competitiveness, personalization, autonomous systems, adaptive business models.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному глобалізованому комерційному середовищі конкурентоспроможність підприємств все менше залежить від класичних факторів, таких як цінова перевага або доступ до унікальних ресурсів, і все більше — від здатності інтегрувати інноваційні технології, зокрема штучний інтелект (ШІ). Це вказує на критичну необхідність переосмислення традиційних моделей

конкурентоспроможності в умовах Четвертої промислової революції, де алгоритмічна ефективність, адаптивність і персоналізація стають новими драйверами успіху [11].

Основна проблема полягає у тому, що більшість підприємств досі базують свої стратегії на застарілих концепціях конкурентоспроможності, сформульованих ще в епоху індустріальної економіки. Наприклад, класична модель Портера [10] акцентує увагу на вартості, диференціації та нішевій спеціалізації, проте не враховує, що ШІ радикально змінює механізми створення цінності. Зокрема, алгоритми динамічного ціноутворення [16] або AI-персоналізація [14] дозволяють компаніям не просто оптимізувати витрати, а формувати цілі ринкові екосистеми з індивідуалізованою взаємодією. Водночас наукова спільнота досі не сформулювала комплексного підходу до визначення інноваційних чинників конкурентоспроможності, які генеруються саме завдяки ШІ.

Практичні виклики пов'язані з технологічною та організаційною трансформацією. З одного боку, інтеграція ШІ вимагає значних інвестицій у інфраструктуру (наприклад, хмарні сервіси з AI-інтеграцією [7]), перепідготовку персоналу та перебудову бізнес-процесів [4]. З іншого — компанії стикаються з етичними та регуляторними дилемами, такими як прозорість алгоритмів [9] або захист даних клієнтів у системах глибокої персоналізації (наприклад, рекомендаційні механізми Netflix).

Науковий аспект проблеми полягає у фрагментарності досліджень. Попри численні праці з економіки ШІ [1, 2] та його впливу на продуктивність [19], недостатньо уваги приділено систематизації нових чинників конкурентоспроможності. Наприклад, концепція "людина + машина" [4] розглядається переважно в контексті окремих операційних задач, а не як стратегічний актив. Окрім того, досі не вирішено питання про те, як AI-адаптивні бізнес-моделі взаємодіють із традиційними конкурентними перевагами.

Соціально-економічні наслідки ігнорування проблеми включають посилення нерівності між "AI-лідерами" та аутсайдерами. Як зазначає The Brookings Institution [20], країни та компанії, які відстають у розгортанні ШІ, втрачають не лише економічні позиції, а й здатність впливати на формування глобальних стандартів (наприклад, етичні норми використання AI). Це створює ризики для стабільності ринків і суспільства в цілому, особливо у контексті автономних систем, що приймають рішення без людського контролю.

Штучний інтелект не просто доповнює існуючі конкурентні переваги, а формує принципово нові чинники успіху. Проте відсутність комплексного теоретичного фундаменту та практичних інструментів для їх оцінки та впровадження перешкоджає більшості підприємств ефективно використовувати потенціал ШІ. Ця проблема вимагає міждисциплінарного підходу, що поєднує економічну теорію, технологічні інновації та соціальну відповідальність, і саме на її опрацювання орієнтована дана стаття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження в галузі штучного інтелекту (ШІ) демонструють, як ця технологія перебудовує класичні підходи до конкурентоспроможності, пропонуючи принципово нові механізми конкуренції. Важливий внесок у розуміння цього процесу внесли роботи, які аналізують трансформацію бізнес-моделей під впливом алгоритмічного управління. Наприклад, дослідження Deloitte Insights [15] акцентує, що ШІ перетворює швидкість прийняття рішень із обмеженого ресурсу на стратегічну перевагу завдяки аналізу даних у реальному часі. Автори підкреслюють, що компанії, які інтегрують системи ШІ, отримують змогу не просто оптимізувати операції, але й формувати превентивні стратегії, базуючись на передбаченні ринкових трендів. Ця ідея наближена з роботою Agrawal, Gans та Goldfarb [1], які розглядають ШІ як «машини передбачення», що знижують вартість прогнозування та роблять його центральним елементом конкурентної боротьби. Вони доводять, що саме

здатність до дешевого та точного прогнозування стає ключем до трансформації цінностей у бізнесі.

Окрему увагу науковців привертає глибока персоналізація як механізм формування лояльності клієнтів. Brynjolfsson [14] наголошує, що ШІ дозволяє компаніям перейти від сегментованого маркетингу до індивідуалізованих взаємодій, де кожен крок клієнта аналізується для створення унікальних пропозицій. Як ілюстрацію він наводить рекомендаційні системи Netflix, які, базуючись на машинному навчанні, не лише підвищують ступінь залучення, але й трансформують саму природу контенту як продукту. Цей підхід знаходить підтвердження у кейсах фінансового сектору: звіт McKinsey [18] демонструє, як алгоритми ШІ в інвестиційних компаніях аналізують не тільки ринкові дані, але й психологічні профілі клієнтів, пропонуючи стратегії, що враховують їхній рівень толерантності до ризику. Проте, як зазначає Mitchell [9], такі системи вимагають вирішення етичних дилем – наприклад, балансу між персоналізацією та маніпуляцією, що залишається відкритим питанням у більшості існуючих моделей.

Важливий аспект досліджень пов'язаний із автономізацією операційних систем. Daugherty та Wilson [4] описують еволюцію від часткової автоматизації до повноцінних AI-driven (керованих ШІ) ланцюгів поставок, де ШІ не лише оптимізує логістику, але й передбачає перебої за допомогою предикативної аналітики. Попередній аналіз моделі «людина + машина» [4] показує, що синергія між людською креативністю та алгоритмічною точністю створює новий тип конкурентної переваги – здатність до швидкої ітерації та експериментів. Цю думку підтримує Davenport [5], який вказує, що компанії, які інтегрують ШІ у виробничі процеси, демонструють вищу операційну ефективність порівняно з традиційними підходами. Однак, як зазначає OECD [19], масштабне впровадження автономних систем уповільнюється через недостатню

готовність інфраструктур та брак міждисциплінарних фахівців, здатних керувати AI-екосистемами.

Адаптивність бізнес-моделей завдяки ІІІ стала центральною темою у роботах, присвячених цифровій трансформації. Iansiti та Lakhani [6] доводять, що компанії, які будують свої стратегії навколо даних та алгоритмів, здатні масштабуватися експотенційно, порушуючи традиційні закони економіки віддачі. Наприклад, хмарні платформи з AI-інтеграцією, такі як AWS або Azure, дозволяють стартапам конкурувати з корпораціями, використовуючи готові інструменти машинного навчання. Lee [7] додає до цього глобальний контекст, описуючи, як китайські компанії використовують ІІІ для створення «над масштабованих» бізнес-моделей, де штучний інтелект стає основою для швидкого прогнозування та тестування ринку. Проте звіт World Economic Forum [21] застерігає, що перехід від продуктів до сервісів вимагає радикальної зміни організаційної культури, що часто ігнорується в гонитві за технологічними трендами.

Незважаючи на значний прогрес, аналіз публікацій виявляє суттєві прогалини. По-перше, більшість досліджень (наприклад, Porter, [10]; Subramaniam, [12]) розглядають конкурентоспроможність через призму статичних моделей, тоді як ІІІ створює динамічні системи, де переваги постійно змінюються. По-друге, питання етики та регулювання залишаються периферійними в бізнес-орієнтованих працях. Звіт Brookings Institution [20] вказує, що перегони за AI-лідерство між США та Китаєм часто ігнорують ризики соціальної нерівності та концентрації влади в руках технологічних гігантів. Autor та інші [13] підкреслюють, що без збалансованого підходу до автоматизації суспільство може зіткнутися з «ною хвилею поляризації» на ринку праці, що вплине на довгострокову конкурентоспроможність економік.

Крім того, існують суперечності щодо вимірювання впливу ІІІ. Якщо McKinsey [18] оцінює потенціал AI у збільшенні глобального ВВП на 13 трлн доларів до 2030 року, то OECD [19] зауважує, що реальний ефект може бути набагато нижчим через інституційні бар'єри та неефективне управління

даними. Ця дилема підкреслює необхідність нових методологій, які б інтегрували технічні, економічні та соціальні аспекти в оцінку конкурентоспроможності. Робота Schwab [11] вимагає переосмислення в контексті швидкої еволюції генеративних моделей та автономних систем, які перевищують прогнози попередніх років.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Конкуренція набуває все більш глобального та динамічного характеру, формування інноваційних чинників конкурентоспроможності стає ключовим завданням для підприємств. Штучний інтелект (ШІ) виступає одним із найпотужніших інструментів, який дозволяє не лише підвищити ефективність бізнес-процесів, але й створити нові джерела конкурентних переваг. Основна мета цієї статті полягає у визначенні та систематизації нових чинників конкурентоспроможності, які формуються завдяки інтеграції ШІ у діяльність підприємств, а також у обґрунтуванні їх впливу на стратегічне управління та операційну ефективність.

Основні завдання статті: визначення ключових чинників конкурентоспроможності, що формуються завдяки ШІ, аналіз впливу ШІ на стратегічне управління, обґрунтування практичної цінності ШІ для підприємств, визначення перспектив подальшого розвитку ШІ у контексті конкурентоспроможності. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному підході до аналізу нових чинників конкурентоспроможності, що формуються завдяки ШІ. Результати дослідження мають значну практичну цінність для керівників підприємств, які прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність у умовах цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений аналіз існуючих досліджень дав змогу сформулювати основні результати дослідження, які підтверджують формування нових чинників конкурентоспроможності (рис. 1) підприємств завдяки інтеграції штучного інтелекту (ШІ). Кожен із чотирьох ключових чинників розглядається окремо, з урахуванням

теоретичних підходів, практичних прикладів та даних з актуальних досліджень.

ШІ значно підвищує швидкість прийняття рішень завдяки можливості аналізу великих обсягів даних у реальному часі. Згідно з дослідженням Deloitte Insights [15], компанії, які використовують ШІ для аналізу даних, можуть реагувати на зміни ринку швидше, ніж їхні конкуренти. Це особливо важливо в умовах динамічного середовища, де затримки в прийнятті рішень можуть призвести до втрати конкурентних переваг.

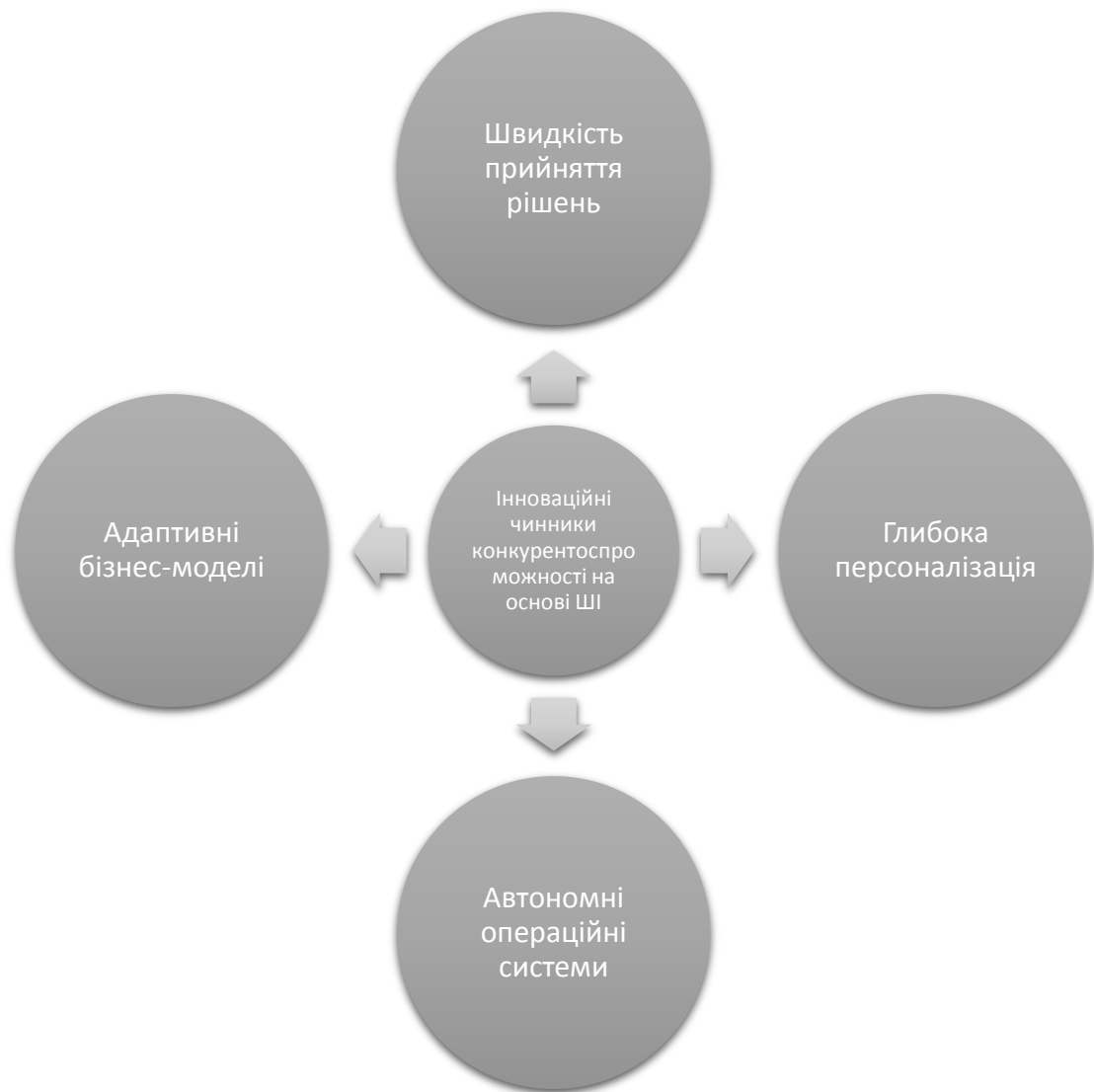


Рис. 1. Нові чинники конкурентоспроможності підприємства, що формуються ШІ

Джерело: узагальнено автором на підставі [1;3;5;7;8;11;14-16]

ШІ дозволяє досягти нового рівня персоналізації продуктів і послуг, що стає ключовим чинником конкурентоспроможності. Наприклад, рекомендаційні системи Netflix, які базуються на алгоритмах машинного навчання, забезпечують персоналізований підбір контенту для кожного користувача. Це не лише підвищує задоволеність клієнтів, але й збільшує їхню лояльність [14].

Іншим прикладом персоналізації є інтеграція чат-ботів з елементами штучного інтелекту у сферу електронної комерції. Такі технології, як GPT-4, дозволяють компаніям оптимізувати комунікацію з клієнтами, що знижує навантаження на операторів колцентрів та підвищує якість обслуговування.

Автоматизація операційних процесів завдяки ШІ стає основним джерелом ефективності для підприємств. Daugherty & Wilson [4] підкреслюють, що повна автоматизація ланцюгів поставок дозволяє компаніям знизити витрати та скоротити час виконання замовлень. Це особливо актуально для галузей з високою конкуренцією, таких як логістика та виробництво. Використання моделі "людина + машина" у виробництві дозволяє поєднувати переваги людського інтелекту та автоматизації. Також розвиток автономних транспортних засобів змінює логістичну індустрію. Наприклад, компанія Tesla активно розвиває автономні системи керування, що дозволяє зменшити залежність від людського чинника та підвищити ефективність перевезень.

ШІ дозволяє підприємствам створювати масштабовані та адаптивні бізнес-моделі, які можуть швидко реагувати на зміни ринкових умов. Lee [7] підкреслює, що інтеграція ШІ у хмарні сервіси дозволяє компаніям масштабувати свої операції без значних інвестицій у інфраструктуру. Це особливо важливо для стартапів та малих підприємств, які прагнуть швидко зростати. Для прикладу, перехід від продуктів до сервісів, зокрема через predictive maintenance (передбачення обслуговування), стає новим трендом у промисловості.

Результати дослідження підтверджують, що ШІ формує нові чинники конкурентоспроможності, які трансформують традиційні підходи до управління бізнесом. На основі аналізу сучасних досліджень та практичних прикладів можна зробити узагальнення переваг отриманих в результаті виділення нових чинників (рис. 2).



Рис. 2. Інноваційні переваги та чинники конкурентоспроможності досягнені з допомогою ШІ

Джерело: узагальнено автором на підставі [1;3;5;7;8;11;14-16]

Необхідно зауважити, що інтеграція ШІ у бізнес-процеси є не лише інструментом підвищення ефективності, але й джерелом нових конкурентних переваг. Подальші дослідження мають бути спрямовані на вивчення впливу ШІ на ринок праці, етичні аспекти його використання та розробку нових стратегій управління в умовах цифрової економіки.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.
Дослідження виявило, що штучний інтелект (ШІ) стає ключовим фактором у формуванні нових підходів до конкурентоспроможності підприємств. ШІ не лише доповнює традиційні моделі ведення бізнесу, але й створює принципово нові можливості для переваги на ринку. ШІ змінює правила гри, роблячи акцент на швидкості, персоналізації, автономності та адаптивності.

Одним із найважливіших результатів є те, що швидкість прийняття рішень тепер визначає успіх у багатьох галузях. Завдяки аналізу даних у реальному часі, компанії можуть реагувати на зміни миттєво. Наприклад, алгоритми динамічного ціноутворення, які вже активно використовуються у сфері електронної комерції, дозволяють адаптувати ціни до попиту, максимізуючи прибуток.

Глибока персоналізація, яку забезпечує ШІ, стала іншим важливим чинником. AI-driven маркетинг, дозволяє компаніям пропонувати клієнтам саме те, що вони хочуть, навіть якщо самі клієнти цього ще не усвідомлюють. У фінансовій сфері це проявляється у створенні індивідуальних інвестиційних стратегій. Така персоналізація не лише підвищує лояльність клієнтів, але й відкриває нові джерела доходу.

Автономні операційні системи, такі як автоматизовані ланцюги поставок, стають реальністю завдяки ШІ. Вони дозволяють компаніям зменшувати витрати, підвищувати точність і швидкість виконання завдань. Моделі "людина + машина", показують, що найефективніші результати досягаються саме завдяки поєднанню сильних сторін людей і машин. Це особливо важливо у виробництві, де автоматизація вже змінила традиційні процеси.

Адаптивні бізнес-моделі, засновані на ШІ, дозволяють компаніям бути гнучкими у умовах невизначеності. Наприклад, хмарні сервіси з інтеграцією AI дозволяють масштабувати операції без значних витрат. Крім того, перехід від продуктів до сервісів, як у випадку з predictive maintenance, відкриває нові можливості для монетизації та підвищення ефективності.

Проте, незважаючи на всі переваги, існують і виклики. Етичні питання, пов'язані зі збором і використанням даних, залишаються одними з найскладніших. Алгоритми можуть порушувати конфіденційність користувачів, що вимагає розробки нових стандартів і норм. Крім того, технологічна нерівність між великими та малими підприємствами може

поглибитися, оскільки останні часто не мають ресурсів для впровадження ІІІ.

ІІІ відкриває нові горизонти для підприємств, але водночас вимагає від них нових підходів до стратегії та управління. Компанії, які зможуть ефективно інтегрувати ІІІ у свої процеси, отримають значну перевагу. Проте успіх залежатиме не лише від технологій, але й від здатності адаптуватися до нових умов, враховуючи етичні, соціальні та економічні аспекти. Майбутнє конкурентоспроможності лежить у поєднанні інновацій з відповідальним підходом до їх впровадження.

Література

1. Агравал А., Ганс Д., Голдфарб А. Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence. Harvard Business Review Press, 2018.
2. Агравал А., Ганс Д., Голдфарб А. (ред.) The economics of artificial intelligence: An agenda. University of Chicago Press, 2019.
3. Догерті П. Р., Вілсон Г. Дж. Human + machine: Reimagining work in the age of AI. Harvard Business Review Press, 2018.
4. Догерті П. Р., Вілсон Г. Дж. Radically human: How new technology is transforming business and shaping our future. Harvard Business Review Press, 2022.
5. Давенпорт Т. Х. The AI advantage: How to put the artificial intelligence revolution to work. The MIT Press, 2018.
6. Янсіті М., Лахані К. Р. Competing in the age of AI: Strategy and leadership when algorithms and networks run the world. Harvard Business Review Press, 2020.
7. Лі К.-Ф. AI superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order. Houghton Mifflin Harcourt, 2018.
8. Макафі А., Бріньолфссон Е. Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future. W. W. Norton & Company, 2017.

9. Мітчелл М. Artificial intelligence: A guide for thinking humans. Farrar, Straus and Giroux, 2019.
10. Портер М. Е. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. Free Press, 1980.
11. Шваб К. The fourth industrial revolution. Crown Business, 2016.
12. Субраманіам М. The future of competitive strategy: Unleashing the power of data and digital ecosystems. The MIT Press, 2022.
13. Autor D., Mindell D. A., Reynolds E. B. The work of the future: Building better jobs in an age of intelligent machines. MIT Technology Review, 17 грудня 2021. URL: <https://www.technologyreview.com/2021/12/17/1040693/the-work-of-the-future-2/>
14. Brynjolfsson E. The business of artificial intelligence. Harvard Business Review, 2017. URL: <https://starlab-alliance.com/wp-content/uploads/2017/09/The-Business-of-Artificial-Intelligence.pdf>
15. Deloitte Insights. AI in business: From hype to reality. 2022. URL: <https://www.deloitte.com/lu/en/Industries/investment-management/blogs/generative-ai-is-it-all-hype-or-reality-or-something-in-between.html>
16. Gartner. Gartner hype cycle for artificial intelligence. 2023. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/hype-cycle-for-artificial-intelligence>
17. Harvard Business Review. How artificial intelligence is changing the corporate landscape. (Iansiti M., Lakhani K. R., автори). 2023. URL: <https://www.alumni.hbs.edu/stories/Pages/story-bulletin.aspx?num=7291>
18. McKinsey Global Institute. Notes from the AI frontier: Modeling the impact of AI on the world economy. 2018. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/artificial%20intelligence/notes%20from%20the%20frontier%20modeling%20the%20impact%20of%20ai%20on%20the%20world%20economy/mgi-notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy-september-2018.ashx>

19. OECD. Artificial intelligence and productivity: Global evidence. 2022. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/04/the-impact-of-artificial-intelligence-on-productivity-distribution-and-growth_d54e2842/8d900037-en.pdf
20. The Brookings Institution. The global AI race: Will US innovation lead or lag? Is Congress about to hand China the AI future? 6 грудня 2024. URL: <https://www.brookings.edu/articles/the-global-ai-race-will-us-innovation-lead-or-lag/>
21. World Economic Forum. AI in action: Beyond experimentation to transform industry. 2025. URL: https://reports.weforum.org/docs/WEF_AI_in_Action_Beyond_Experimentation_to_Transform_Industry_2025.pdf

References

1. Agrawal, A., Gans, J. and Goldfarb, A. (2018), *Prediction machines: The simple economics of artificial intelligence*, Harvard Business Review Press, Boston, USA.
2. Agrawal, A., Gans, J. and Goldfarb, A. (Eds.) (2019), *The economics of artificial intelligence: An agenda*, University of Chicago Press, Chicago, USA.
3. Daugherty, P. R. and Wilson, H. J. (2018), *Human + machine: Reimagining work in the age of AI*, Harvard Business Review Press, Boston, USA.
4. Daugherty, P. R. and Wilson, H. J. (2022), *Radically human: How new technology is transforming business and shaping our future*, Harvard Business Review Press, Boston, USA.
5. Davenport, T. H. (2018), *The AI advantage: How to put the artificial intelligence revolution to work*, The MIT Press, Cambridge, USA.
6. Iansiti, M. and Lakhani, K. R. (2020), *Competing in the age of AI: Strategy and leadership when algorithms and networks run the world*, Harvard Business Review Press, Boston, USA.

7. Lee, K.-F. (2018), *AI superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, USA.
8. McAfee, A. and Brynjolfsson, E. (2017), *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*, W. W. Norton & Company, New York, USA.
9. Mitchell, M. (2019), *Artificial intelligence: A guide for thinking humans*, Farrar, Straus and Giroux, New York, USA.
10. Porter, M. E. (1980), *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*, Free Press, New York, USA.
11. Schwab, K. (2016), *The fourth industrial revolution*, Crown Business, New York, USA.
12. Subramaniam, M. (2022), *The future of competitive strategy: Unleashing the power of data and digital ecosystems*, The MIT Press, Cambridge, USA.
13. Autor, D., Mindell, D. A. and Reynolds, E. B. (2021, December 17), “The work of the future: Building better jobs in an age of intelligent machines”, MIT Technology Review, available at: <https://www.technologyreview.com/2021/12/17/1040693/the-work-of-the-future-2/> (Accessed 07 Feb 2025).
14. Brynjolfsson, E. (2017), “The business of artificial intelligence”, Harvard Business Review, available at: <https://starlab-alliance.com/wp-content/uploads/2017/09/The-Business-of-Artificial-Intelligence.pdf> (Accessed 07 Feb 2025).
15. Deloitte Insights (2022), “AI in business: From hype to reality”, available at: <https://www.deloitte.com/lu/en/Industries/investment-management/blogs/generative-ai-is-it-all-hype-or-reality-or-something-in-between.html> (Accessed 07 Feb 2025).
16. Gartner (2023), “Gartner hype cycle for artificial intelligence”, available at: <https://www.gartner.com/en/articles/hype-cycle-for-artificial-intelligence> (Accessed 07 Feb 2025).

17. Harvard Business Review (2023), “How artificial intelligence is changing the corporate landscape” (M. Iansiti and K. R. Lakhani, Authors), available at: <https://www.alumni.hbs.edu/stories/Pages/story-bulletin.aspx?num=7291> (Accessed 07 Feb 2025).

18. McKinsey Global Institute (2018), “Notes from the AI frontier: Modeling the impact of AI on the world economy”, available at: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/artificial%20intelligence/notes%20from%20the%20frontier%20modeling%20the%20impact%20of%20ai%20on%20the%20world%20economy/mgi-notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy-september-2018.ashx> (Accessed 07 Feb 2025).

19. OECD (2022), “Artificial intelligence and productivity: Global evidence”, available at: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/04/the-impact-of-artificial-intelligence-on-productivity-distribution-and-growth_d54e2842/8d900037-en.pdf (Accessed 07 Feb 2025).

20. The Brookings Institution (2024, December 6), “The global AI race: Will US innovation lead or lag? Is Congress about to hand China the AI future?”, available at: <https://www.brookings.edu/articles/the-global-ai-race-will-us-innovation-lead-or-lag/> (Accessed 07 Feb 2025).

21. World Economic Forum (2025), “AI in action: Beyond experimentation to transform industry”, available at: https://reports.weforum.org/docs/WEF_AI_in_Action_Beyond_Experimentation_to_Transform_Industry_2025.pdf (Accessed 07 Feb 2025).

Стаття надійшла до редакції 12.02.2025 р.