

конкурентоспроможність автомобільних компаній. За допомогою цифрових платформ та мобільних додатків клієнти можуть зручно планувати та записувати свої обслуговування, отримувати повідомлення про технічний стан свого автомобіля та здійснювати оплату послуг онлайн. Це дозволяє автовиробникам покращити задоволеність клієнтів та забезпечити їхню лояльність до марки, що є важливим фактором конкурентоспроможності в автомобільній промисловості.

Однак, разом із безліччю можливостей, які принесли цифрові інновації, автомобільні компанії також стикаються з численними викликами та обмеженнями. Наприклад, збільшення кількості цифрових даних та збільшення кількості кібератак може становити загрозу безпеці автомобільних систем. Також, висока конкуренція в галузі технологій може призвести до швидкого застою та втрати конкурентних переваг. Отже, цифрові інновації мають значний вплив на конкурентоспроможність автомобільних корпорацій, забезпечуючи їм нові можливості для розвитку та збереження конкурентної переваги. Однак важливо, щоб автомобільні компанії були готові до викликів, пов'язаних з цифровою трансформацією, і активно впроваджували стратегії, спрямовані на максимізацію переваг та зниження ризиків, пов'язаних з цим процесом.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Mizrak F. Driving Innovation and Competitiveness Through Digital Ecosystems: A Case-Based Exploration. *Niřantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2023. № 11(3). p. 1-15.
2. Germann J. Global rivalries, corporate interests and Germany's 'National Industrial Strategy 2030'. *Review of international political economy*. 2023. № 30(5). p. 1749-1775.
3. Alkaraan F., Elmarzouky M., Hussainey K., Venkatesh V. G. Sustainable strategic investment decision-making practices in UK companies: The influence of governance mechanisms on synergy between industry 4.0 and circular economy. *Technological Forecasting and Social Change*. 2023. № 187. p. 122187.
4. Li S., Li R., Liu F. The Impact of Digital Transformation on the Performance of Listed Automobile Manufacturing Enterprises in China. *Advances in Management and Applied Economics*. 2024. № 14(3). p. 1-9.

*Михайло Федунік*  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

У сучасному світі штучний інтелект (ШІ) стає не тільки новим двигуном технологічного прогресу, а й каталізатором глобальних змін у сфері міжнародного бізнесу. Впровадження ШІ відкриває небачені раніше можливості для компаній, дозволяючи їм вийти на новий рівень взаємодії з клієнтами,

оптимізації операцій та створення інноваційних продуктів і послуг. В останні десятиліття штучний інтелект став ключовим драйвером інновацій у багатьох галузях, включаючи міжнародний бізнес. Штучний інтелект почав свій розвиток з середини ХХ ст. як галузь досліджень, спрямованих на створення машин, здатних імітувати людське мислення та поведінку. Проте лише в останні десятиліття, зі зростанням обчислювальної потужності та розвитком алгоритмів машинного навчання, ШІ став здійснювати значний вплив на міжнародний бізнес, пропонуючи нові способи збору, аналізу та використання даних для прийняття рішень.

Розвиток штучного інтелекту і його застосування в міжнародному бізнесі є одним із найбільш значущих та впливових трендів сучасності. Використання ШІ дозволяє компаніям здійснювати глибокий аналіз даних, оптимізувати рішення, покращити клієнтський досвід та значно знизити витрати, сприяючи тим самим зростанню та інноваціям.

Однією з сучасних тенденцій в індустрії штучного інтелекту є все більш широке використання штучного інтелекту (ШІ) в охороні здоров'я, зокрема в таких сферах, як діагностика захворювань, розробка ліків і персоналізована медицина. Іншою тенденцією є використання штучного інтелекту для покращення обслуговування та підтримки клієнтів, наприклад, за допомогою чат-ботів і віртуальних помічників. Розробка чіпів штучного інтелекту та периферійних обчислень також є зростаючою тенденцією, що забезпечує ефективнішу та потужнішу обробку програм ШІ. Нарешті, очікується, що інтеграція штучного інтелекту з іншими технологіями, такими як блокчейн та Інтернет речей (IoT), продовжуватиме стимулювати інновації та зростання індустрії штучного інтелекту [1].

Кілька факторів сприяють зростанню індустрії ШІ. По-перше, зростаюча доступність великих даних надає більше можливостей для додатків штучного інтелекту, оскільки алгоритми штучного інтелекту вимагають значних обсягів даних для навчання та вдосконалення. По-друге, прогрес у обчислювальній потужності та інфраструктурі хмарних обчислень дозволяє більш ефективно та потужно обробляти додатки ШІ. По-третє, зростаючий попит на автоматизацію та оптимізацію в різних галузях, таких як виробництво, фінанси та транспорт, спонукає до впровадження технологій ШІ. По-четверте, все більш широке використання штучного інтелекту в програмах для споживачів, таких як віртуальні помічники та чат-боти, розширює ринок технологій ШІ [2]. Нарешті, зростаючі інвестиції та партнерства між технологічними компаніями, дослідницькими установами та урядами стимулюють інновації та стимулюють зростання індустрії ШІ.

Очікується, що ринок штучного інтелекту (AI) продовжуватиме значне зростання та розвиток до 2030 року завдяки зростанню впровадження технологій штучного інтелекту в галузях, прогресу в алгоритмах та інфраструктурі штучного інтелекту, а також зростаючим інвестиціям у дослідження та розробки штучного інтелекту. Очікується, що на ринку триватимуть інновації та розширення, а штучний інтелект стане все більш невід'ємною частиною бізнес-операцій і додатків для споживачів (Рис. 1).

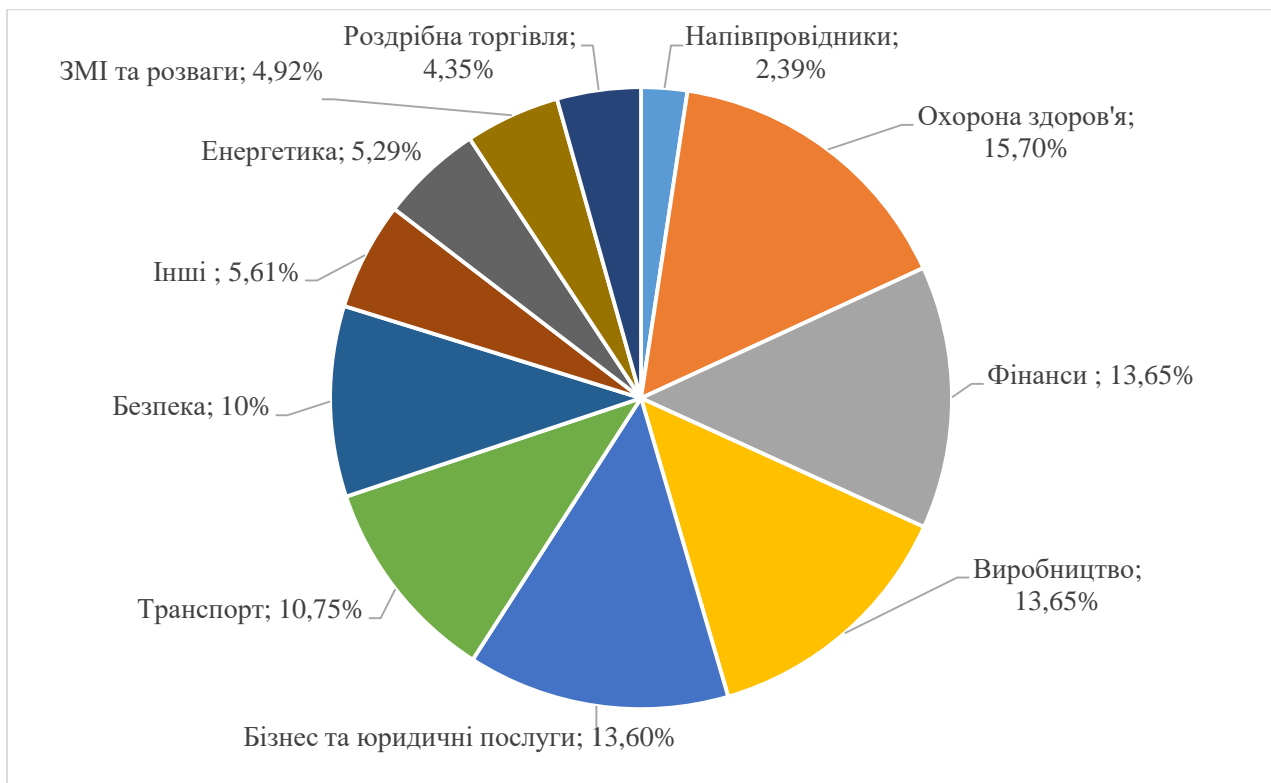


Рис. 1. Частка розміру ринку ШІ за сферами бізнесу у 2022 р [3].

Разом з перевагами, впровадження ШІ у міжнародний бізнес також ставить ряд викликів і етичних питань, таких як проблеми конфіденційності, безпеки даних та ризики заміщення людської праці. Важливо, щоб компанії враховували ці питання при розробці та впровадженні технологій ШІ.

У сфері стратегічного планування ШІ змінює способи, за допомогою яких компанії визначають свої довгострокові цілі та розробляють плани їх досягнення. Завдяки алгоритмам машинного навчання, компанії можуть аналізувати величезні масиви даних для ідентифікації тенденцій, прогнозування ринкових змін і оптимізації ланцюгів поставок, що дозволяє їм бути на крок попереду конкурентів.

ШІ допомагає міжнародним компаніям у прийнятті обґрунтованих стратегічних рішень за допомогою передових алгоритмів аналізу даних та прогнозування. Це дає можливість компаніям адаптуватися до змін у глобальному бізнес-середовищі з більшою гнучкістю та ефективністю. Персоналізовані маркетингові кампанії на основі ШІ значно покращують взаємодію з клієнтами, підвищуючи конверсію та лояльність [4].

У маркетингу та продажах ШІ дозволяє компаніям персоналізувати свої пропозиції та підвищувати ефективність взаємодії з клієнтами. Чат-боти на основі ШІ та віртуальні помічники пропонують 24/7 підтримку, покращуючи досвід користувача та збільшуючи задоволення клієнтів.

ШІ грає ключову роль у оптимізації бізнес-операцій та управлінні ресурсами, дозволяючи компаніям автоматизувати рутинні завдання, покращувати ефективність ланцюгів поставок і знижувати витрати.

Використання алгоритмів для аналізу енергоспоживання може допомогти досягти більшої енергоефективності та сприяти сталому розвитку. ШІ трансформує управління ланцюгами поставок, забезпечуючи прозорість, оптимізацію запасів, та покращення логістики, що в свою чергу сприяє зниженню витрат та підвищенню задоволення клієнтів.

Штучний інтелект відіграє вирішальну роль у формуванні майбутнього міжнародного бізнесу, пропонуючи безмежні можливості для інновацій та зростання. Водночас компаніям необхідно враховувати потенційні виклики та етичні дилеми, щоб забезпечити відповідальне та ефективне використання цих потужних технологій. Подальші інвестиції в дослідження та розвиток ШІ можуть допомогти розкрити ще більший потенціал цієї революційної технології, сприяючи сталому розвитку міжнародного бізнесу в глобальному масштабі. Використання ШІ в глобальному бізнесі є не лише шляхом до автоматизації та оптимізації, але й кроком до створення більш інтелектуального, адаптивного та клієнтоорієнтованого бізнесу.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Fornes, G., Altamira, M. Artificial intelligence and international business. In Digitalization, technology and global business: How technology is shaping value creation across borders. Cham: Springer International Publishing. 2023. pp. 71-90.

2. Ratten, V., Jones, P., Braga, V. Artificial intelligence in international business. Thunderbird International Business Review.

3. Artificial Intelligence – Worldwide. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide>

4. Reddy, V. H. D., SM, U., Yadav, M., Hazarika, D., Sharma, A. Role of artificial intelligence in business intelligence and decision making: an empirical study. European Chemical Bulletin. 2023. № 12(3). 165-172.

*Аліна Воробець*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **НОВІ БАР'ЄРИ У ТОРГІВЛІ СПРИЧИНЕНІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЄЮ**

Разом з активним впровадженням цифрових технологій у світовій торгівлі країни все частіше, зокрема з метою захисту національних компаній, вдаються до використання обмежувальних заходів, пов'язаних з цифровою економікою. Тема цифрових бар'єрів часто зустрічається в порядку денному міжнародних організацій, але визначення бар'єрів, що перешкоджають міжнародним цифровим торговим потокам, а також їх класифікація досі не розроблені. Ряд дослідницьких інститутів лише роблять перші кроки для їх ідентифікації. Серед них – ОЕСР та Європейський центр з міжнародної політичної економіки (ECIPE). ОЕСР розроблено Індекс обмежень для послуг, наданих цифровим способом (Digital Services Trade Restrictiveness Index, Digital STRI). Розглянутий