

УДК 330.3:334

ПЕТРЕНКО В. П.

аспірант Інституту економіки та прогнозування НАН України, e-mail: petrenkovalentyna8@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9445-2213

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ: АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ

У статті розглянуто феномен штучного інтелекту (ШІ) та його прояв як результат творчого руйнування у всіх сферах діяльності, зокрема, у підприємстві. Зазначено особливості досліджень щодо ШІ та проаналізовано результати отримані під час опитування. **Метою** цієї статті є дослідження впливу ШІ на сучасне підприємство. Зокрема, розглядаються способи використання ШІ у бізнес-практиках та його роль у процесі творчого руйнування. Аналізуються результати опитування, проведеного серед підприємців, для виявлення основних тенденцій та викликів, пов'язаних із впровадженням ШІ. **Методика** дослідження включає проведення опитування населення та підприємців різних галузей щодо ШІ та його потенційного використання в підприємстві та аналіз отриманих відповідей від респондентів. **Результати:** опитування показують, що більшість підприємців визнають значний вплив ШІ на підвищення ефективності бізнес-процесів, прийняття рішень та інноваційний розвиток і вже інтегрують його у свою діяльність. **Наукова новизна** цієї статті полягає в детальному аналізі впливу ШІ на підприємство, наданні результатів опитування та висновків щодо потенційного використання цієї технології у бізнесі. **Практична значимість** полягає у проведенні якісного аналізу та розкритті ролі ШІ в підприємницькій діяльності. Стаття підкреслює значне поширення та вплив технології на сучасний бізнес, демонструючи її потенціал для покращення ефективності та інновацій. Проведений аналіз акцентує на необхідності подальших досліджень для більш глибокого розуміння та оптимального використання ШІ у підприємстві.

Ключові слова: підприємство; штучний інтелект; творче руйнування; інновації

Постановка проблеми

У сучасному світі, що швидко змінюється, підприємство стикається з необхідністю адаптації до нових технологій та інноваційних підходів. Однією з таких революційних технологій та сучасного «творчого руйнування» є штучний інтелект (ШІ), який має потенціал кардинально змінити бізнес-процеси, моделі управління та взаємодію з клієнтами. Водночас, інтеграція ШІ у підприємство викликає низку питань та викликів, пов'язаних з його ефективним впровадженням, навчанням задля оптимального використання, фінансовими витратами та етичними аспектами.

Існує необхідність всебічного дослідження ролі ШІ у підприємницькій діяльності, щоб зрозуміти його вплив на бізнес, виявити ключові переваги та недоліки, а також визначити стратегії, які можуть допомогти підприємцям максимально використати можливості цієї технології. Зокрема, важливо проаналізувати, як людство, а, зокрема, підприємці використовують ШІ, які сфери бізнесу найбільш піддаються впливу ШІ та які тенденції можна очікувати в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Останні дослідження і публікації зосереджуються на різних аспектах використання штучного інтелекту в підприємстві. Зокрема, дану тему досліджували такі науковці: О.А. Баранов, В.Ю. Бондар, В. А. Фостолович, Р. В. Лавров, В. В. Ніколайчук, Ж. О. Павленко, О. О. Семенець, І. С. Сидорук, А. І. Шевченко, Г. В. Махова, В. Ю. Вострякова, А. М. Завальний та інші. Більше досліджень проводяться іноземними науковцями, зокрема: S. Black, S. Dessai, S.F.A. Hossain, U.S. Çitçi, G. Giuggioli, B. Gupta, A. Kamyar, A. Ellis, A. Mehrota, L. Persson, M.M. Pellegrini, V.N.T. Rao, D. Samson, A. Shaik та інші. Розвиток штучного інтелекту є дуже швидким, що потребує подальших глибинних досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження впливу штучного інтелекту на підприємництво та представити результати опитування щодо його використання в бізнесі.

Виклад основного матеріалу

Поява штучного інтелекту (ШІ) продовжила процес «творчого руйнування». Цей феномен, введений економістом Йозефом Шумпетером, відноситься до процесу використання нових технологій, бізнес-моделей чи інновацій, які призводять до перетворення галузей та створення нових ринкових можливостей. Його руйнівний потенціал полягає в здатності автоматизувати завдання, які традиційно виконували люди, оптимізувати операції та виявляти нові інсайти, раніше недоступні. Одним з перших впливів ШІ на підприємництво є його роль у підвищенні ефективності та продуктивності. Застосовуючи алгоритми машинного навчання, підприємці можуть оптимізувати процеси, покращувати прийняття рішень та зменшувати операційні витрати. Така ефективність дозволяє підприємцям перерозподіляти ресурси на інновації та створення вартості, сприяючи культурі постійного вдосконалення та адаптації [1, 285].

У 1942 році Й. Шумпетер вперше використав поняття «творчого руйнування», що є «процесом під час якого виробнича структура руйнує непродуктивні сегменти; модернізує свої технології, процеси й асортимент; пристосовується до еволюціонуючого навколишнього середовища» [3, с. 124]. «Це руйнування старої структури та безпосередньо створення нової», – писав вчений, що зараз співставно з проникненням технологій ШІ у життя кожного та, зокрема, у сферу підприємництва [4, с. 111].

Технології штучного інтелекту наразі широко застосовуються не лише у сфері бізнесу, але й у повсякденному житті. Їх можна знайти у різних сервісах (чат-боти), у рекламних кампаніях, під час використання автопілотів у транспорті та в системах «розумного будинку» й інших подібних випадках [2].

Можна виділити чотири етапи підсилення ШІ підприємницької діяльності:

- Фаза можливостей – дозволяє підприємцям відкривати нові можливості (досліджувати нові ринки, продукти або бізнес-моделі).
- Фаза прийняття рішень – ШІ сприяє більш точним прогнозам, що призводить до кращих і якісніших рішень.
- Фаза виконання – ШІ підвищує продуктивність компанії завдяки його впровадженню в різні аспекти операційної діяльності.
- Фаза освіта та дослідження – прискорює процеси, поєднує дослідження і бізнес [7, с. 831].

ШІ поліпшує прийняття рішень, аналізуючи обширні дані користувачів, виявляючи потаємні потреби користувачів та зворотний зв'язок щодо продукту, розширюючи доступ до комплексних даних користувачів та трансформуючи традиційний процес підприємницької діяльності [8].

Багато науковців визначають ШІ як інструмент, що є сприятливим для підприємців.

ШІ породжує широкий спектр питань, які викликають інтерес у держави, підприємців та різних організацій, що сприяють їх розвитку та управлінню. Існують різноманітні можливості та виклики, які ШІ ставить перед підприємництвом. Вони охоплюють теми, такі як вплив ШІ на бізнес-практики, освіту та методологію досліджень.

Ініціативи, що запроваджуються за допомогою ШІ, мають включати інтеграцію соціальних та екологічних факторів для досягнення комплексного підходу: створення рішень, які не лише ефективні з комерційної точки зору, але й мають позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище. Інтеграція соціальних та екологічних аспектів дозволяє створювати інновації, які сприятимуть сталому розвитку, забезпечуючи вирішення суспільних проблем та захист довкілля. Такий комплексний підхід допоможе забезпечити баланс між економічними, соціальними та екологічними цілями, що є важливим для створення життєздатних та стійких інноваційних рішень [5].

ШІ може стимулювати оновлення бізнес-моделі, фокусуючись на викликах та можливостях, з якими стикаються організації. Успішні трансформації, підсилені ШІ, підкреслюють вагомість активного лідерства та культуру інновацій [6]. Крім того, технології ШІ відіграють важливу роль у розробці інноваційних бізнес-моделей для сталості.

У ході опрацювання теоретичних джерел, наявних у наукових базах, було розроблено онлайн-опитування з метою подальшого аналізу отриманих відповідей та генерації висновків. Метою опитування було з'ясування думок щодо підприємництва та ШІ, а також розуміння, чи може ШІ бути корисним для тих, хто хоче розпочати або вже займається підприємницькою діяльністю.

Опитування було поділено на блоки з різними запитаннями залежно від роду діяльності. Воно містило запитання з вибором однієї можливої відповіді, з кількома можливими відповідями, а також запитання з текстовим форматом відповіді.

Якщо опитуваний був підприємцем, запитання стосувалися його власного досвіду та думок щодо використання ШІ у своїй діяльності. Якщо опитуваний займався іншою діяльністю, відмінною від підприємництва, то йому задавали інші питання щодо досвіду використання ШІ, бажання займатися підприємницькою діяльністю та припущення щодо користі ШІ у підприємстві. Розглянемо детальніше поставлені запитання.

Підприємець:

Якщо підприємець відповідав, що має досвід використання ШІ, то йому задавались наступні запитання:

- Яка сфера Вашої підприємницької діяльності?
- Чи Ви коли-небудь використовували ChatGPT або подібний для створення бізнес-ідей?
- Чи використовуєте Ви веб-сайти, програми чи пристрої зі ШІ для підприємницької діяльності?

Залежно від відповіді на останнє запитання, опитувальна форма поділялася на два сценарії:

1. У разі негативної відповіді на останнє запитання або якщо підприємець взагалі не мав досвіду з використання ШІ:

- Чому Ви не використовуєте ШІ у своїй бізнес-діяльності?
- Що Ви взагалі думаєте про використання ШІ для підприємництва?
- На Вашу думку, які виклики є основними у використанні ШІ як помічника для ведення бізнесу?

Після цього опитування завершувалося.

2. У разі використання підприємцем ресурсів зі ШІ для підприємницької діяльності:

- Як часто Ви використовуєте веб-сайти, програми чи пристрої зі ШІ для підприємницької діяльності?
- Які ресурси з вбудованим ШІ Ви коли-небудь використовували?
- Як Ви використовуєте ШІ для бізнесу?
- Як Ви оцінюєте відповіді, які отримуєте від ChatGPT або подібного для Вашого бізнесу, від 1 (набагато нижче Ваших очікувань) до 5 (набагато вище Ваших очікувань)?
- Як Ви оцінюєте допомогу ШІ для Вашого бізнесу, від 1 (набагато нижче Ваших очікувань) до 5 (набагато вище Ваших очікувань)?
- Якщо вся Ваша бізнес-діяльність (завдання, які необхідно виконати) становить 100%, яку частину цього може зробити ШІ?
- Що, на Вашу думку, ефективніше для виконання потрібних Вам завдань: найняти співробітника чи скористатися послугами ШІ?
- Чи важко буде Вам припинити використання послуг ШІ для комерційних цілей?
- Якби Вам довелося платити за використання ШІ, Ви б платили?
- Яка Ваша думка щодо використання ШІ для підприємництва?
- На Вашу думку, які виклики є основними у використанні ШІ як помічника для ведення бізнесу?

Інші опитувані, що займалися відмінною від підприємництва діяльністю:

1. У разі відсутності досвіду з користування ШІ: опитування закінчувалося.
2. Якщо особа відповідала, що користувалася ресурсами, що містять вбудований ШІ:
 - Як часто Ви користуєтеся веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ШІ?

- Які ресурси з вбудованим ІІІ Ви коли-небудь використовували?
- Як Ви оцінюєте відповіді, які отримуєте від ChatGPT або подібного ІІІ, від 1 (набагато нижче Ваших очікувань) до 5 (набагато вище Ваших очікувань)?
- Ви коли-небудь думали про відкриття бізнесу?
- Чи вважаєте Ви корисним використання ІІІ у підприємницькій діяльності?
- Як, на Вашу думку, можна використовувати ІІІ для бізнесу?
- Як Ви вважаєте, чи може використання таких інструментів, як ChatGPT, полегшити процес ведення бізнесу?
- На Вашу думку, які виклики є основними у використанні ІІІ як помічника для ведення бізнесу?

Після цього опитування завершувалося.

Результати опитування

За результатами проведеного опитування було отримано 104 відповіді від респондентів. Розподіл за статтю становив 42,3% чоловіків та 57,7% жінок. Вік учасників опитування поданий на наступному рисунку (рис. 1). Таким чином, переважна більшість опитаних належить до вікової категорії 24-35 років (62,5%).

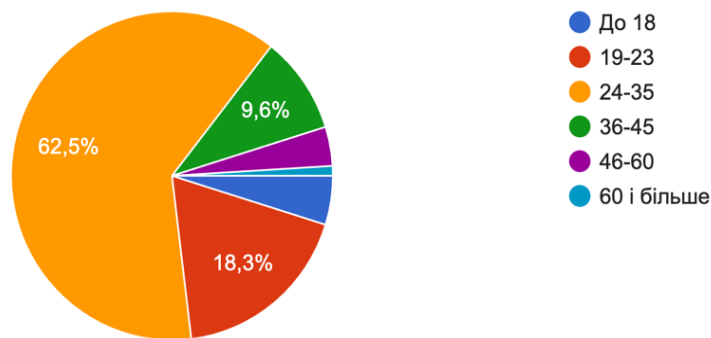


Рис. 1. Вік учасників опитування

За сферою діяльності 49% опитаних є найманими працівниками, 24% – підприємцями, 11,5% – студентами, 4,8% – тимчасово безробітні. Решта 10,7% охоплюють тих, хто працює на фрілансі, перебуває у декреті, є військовослужбовцями або поєднує навчання та роботу.

Відповіді осіб, що займаються активністю відмінною від підприємницької діяльності. З 79 відповідей, 84,8% осіб користувалися веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ІІІ. На рис. 2 відображена частота користування веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ІІІ:

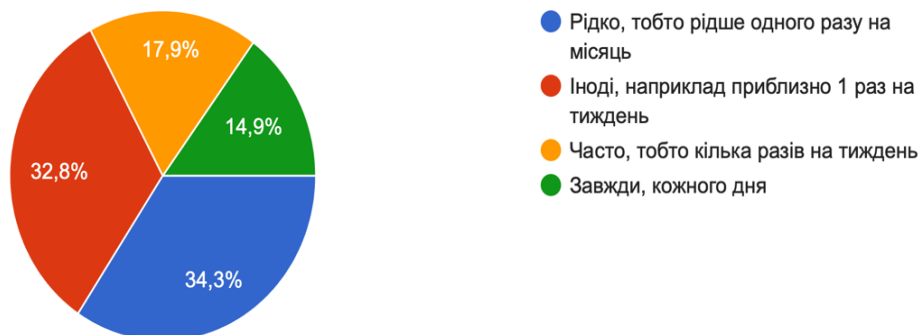


Рис. 2. Частота користування веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ІІІ серед опитаних осіб, що займаються відмінною від підприємницької діяльністю

Найчастіше використовуваними ресурсами виявились: ChatGPT, Google Gemini та інші схожі – 88,1%; Bing та інші веб-пошукові системи на основі ШІ – 32,8%, комерційні чат-боти – 25,4%; голосові помічники, такі як Alexa від Amazon, Apple Siri, Google Assistant – 46,3%; пропозиції щодо покупок на основі ШІ, портативні пристрої, інтегровані зі ШІ, наприклад Rabbit R1 – 13,1%; інші – 3,5% (можна було обрати кілька варіантів відповідей на дане запитання).

Оцінювання відповідей згенерованих ШІ представлено на рис. 3. При цьому рейтинг оцінок коливається від 1 (набагато нижче очікувань респондента) до 5 (набагато вище очікувань респондента). За результатами, 86,5% учасників оцінили ресурси на основі ШІ від 3 до 5.

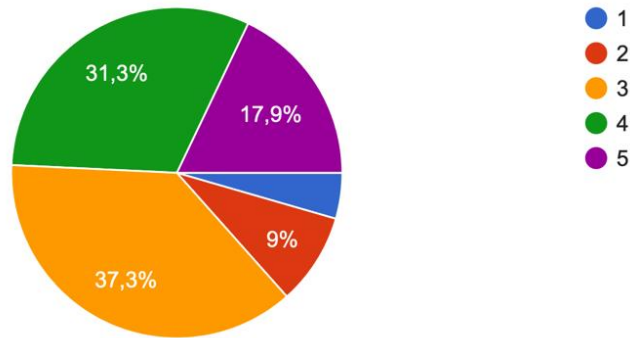


Рис. 3. Оцінка відповідей згенерованих ШІ серед опитаних осіб, що займаються відмінною від підприємництва діяльністю

На запитання чи опитувані коли-небудь думали про відкриття власного бізнесу було отримано 80,6% позитивних відповідей. 94% опитуваних вважає корисним використання ШІ у підприємницькій діяльності та 92,5% стверджує, що його використання є сприятливим для полегшення ведення бізнесу.

Було визначено наступні потенційні шляхи використання ШІ для бізнесу: підтримка клієнтів – 65,7%; генерація контенту – 76,1%; дослідження ринку 61,2%; автоматизація завдань (зустрічі, електронні листи, стратегія) – 77,6%; делегування налаштованих процесів – 3% (можна було обрати кілька варіантів відповідей на дане запитання).

Відповіді підприємців. Усього в опитуванні взяли участь 25 підприємців, з яких 84,8% коли-небудь користувалися веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ШІ. За сферою підприємницької діяльності відповіді поділились на наступні: роздрібна торгівля – 23,8%; фінансові та страхові послуги – 9,5%; мистецтво, розваги та засоби масової інформації – 9,5%; технології та ІТ – 9,5%, та зі значенням у 4,8% кожна – сфера харчування, туризм та готельний бізнес, освіта та навчання, громадський сектор, право, дизайн, продукування відеоматеріалів, нерухомість, автомобільна, виробництво та проектування.

Згідно з опитуванням, 85,7% підприємців використовували ШІ для створення бізнес-ідей. На запитання чи підприємці використовують веб-сайти, програми чи пристрої зі ШІ для підприємницької діяльності 76,2% опитуваних відповіли ствердно.

Для тих, хто відповів, що не використовує ШІ для підприємницької діяльності були поставлені інші уточнюючі запитання з метою зрозуміти причину невикористання інструменту. З основних причин невикористання ШІ в підприємницькій діяльності – відсутність знань для застосування ШІ в своїй діяльності (66,7%), відсутність можливостей використовувати ШІ в своїй діяльності та не врахування ШІ як корисного ресурсу (по 22,2% відповідно), з етичних причин (11,1%). На рис. 4 відображена частота користування веб-сайтами, програмами чи пристроями зі штучним інтелектом.

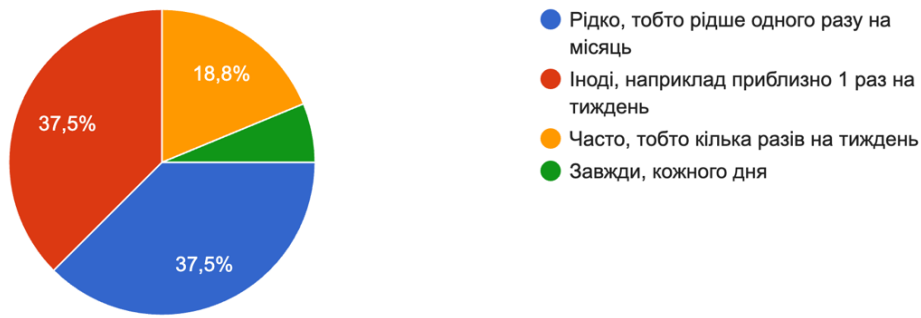


Рис. 4. Частота користування підприємцями веб-сайтами, програмами чи пристроями зі ШІ

Порівняння наведеної секторної діаграми щодо частоти використання ресурсів ШІ підприємцями та людьми зайнятими в інших сферах засвідчує мінімальну розбіжність у частоті використання.

Відповідаючи на наступне запитання, підприємці зазначили, як вони використовують ШІ для бізнесу: підтримка клієнтів – 12,5%; генерація контенту – 87,5%; дослідження ринку 31,3%; автоматизація завдань (зустрічі, електронні листи, стратегія) – 43,8%; внутрішнє навчання та підтримка – 18,8% (можна було обрати кілька варіантів відповідей на дане запитання).

Оцінювання підприємцями відповідей від ChatGPT або подібного ШІ за шкалою від 1 (набагато нижче очікувань респондента) до 5 (набагато вище очікувань респондента) відображені на наступному рис. 5. За результатами, усі опитувані підприємці оцінили відповіді ресурсів на основі ШІ від 3 до 5.

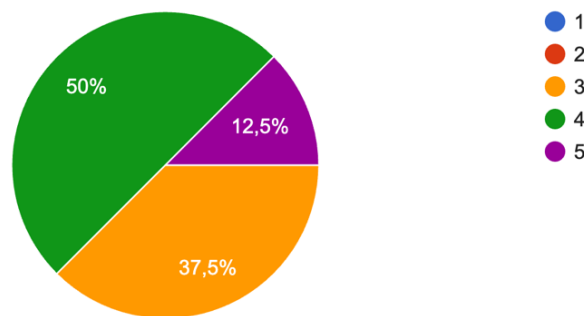


Рис. 5. Оцінка підприємцями відповідей згенерованих ШІ

Оцінювання підприємцями допомоги ШІ для виконання їх повсякденних робочих завдань відображено на рис. 6.

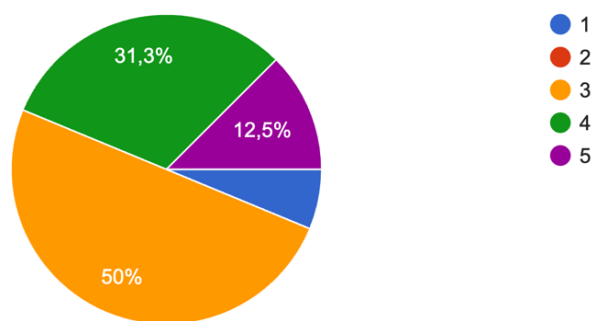


Рис. 6. Оцінювання підприємцями допомоги ШІ у виконанні завдань

Іншим питанням було визначити який відсоток від всіх завдань підприємця може виконати ШІ (відображено на рис. 7).

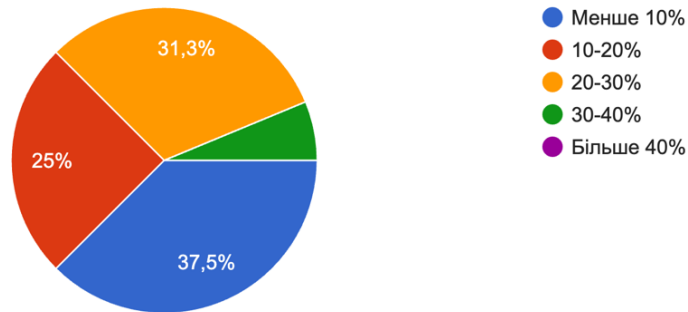


Рис. 7. Відсоток завдань підприємця, які можуть бути виконані за допомогою ШІ

Наступне питання мало на меті дізнатись, що, на думку підприємця, є ефективнішим для виконання необхідних завдань: найняти співробітника чи скористатися послугами ШІ. Відповіді розподілилися порівну: 50% за найм співробітника і 50% за використання послуг ШІ. На питання, чи буде важко припинити використання ШІ для комерційних цілей, 75% опитуваних відповіли ствердно. Крім того, 93,8% підприємців згодні платити за використання ШІ у своїй діяльності, залежно від ціни.

Згрупувавши відповіді респондентів визначено наступні основні виклики використання ШІ в підприємстві:

– Правильна інтерпретація запитів та використання ШІ, контроль і перевірка отриманих результатів. Потрібно розуміти, як ефективно використовувати інструменти ШІ, аби зменшити кількість його помилок та неточностей. ШІ не вистачає гнучкості мислення, яку має людина. Неможливо отримати найновіші статистичні дані та інформацію, що відповідає поточному часу (під час підготовки даної статті, у травні 2024 вийшла нова версія ШІ від OpenAI – ChatGPT-4, що пропонує користувачам лімітовану кількість запитів на добу з можливістю зчитування фото та подання найактуальнішої інформації сьогодення без обмежень у ємності бази даних; безлімітна версія за підпискою у 20\$).

– Автоматизація та ефективність. ШІ допомагає автоматизувати і структурувати бізнес-процеси. Проте, безкоштовні версії ШІ часто мають обмежений функціонал і не завжди надають точні відповіді, тому знання і експертиза залишаються важливими. Висока вартість програм ШІ і необхідність навичок для їх використання можуть бути бар'єром для їх використання.

– Творчість та унікальність. Хоча ШІ може зменшити витрати і збільшити прибуток, він не може повністю замінити людську креативність і унікальні ідеї.

– Право інтелектуальної власності. Питання прав на об'єкти, згенеровані ШІ, залишаються невизначеними.

– Конкурентні виклики та персоналізація. Використання ШІ може призвести до відсутності унікальності та персоналізованого підходу до клієнта, продукту, реклами, аудиторії; занадто стандартні та шаблонні рішення і комунікація.

– Поступова конкуренція найманих працівників і ШІ. Використання ШІ може призвести до зменшення потреби в людських ресурсах, що викликає конкуренцію між працівниками та технологіями, а також питання безробіття і адаптації робочої сили до нових умов.

Етичні виклики. Використання ШІ включають питання конфіденційності, оскільки технологія може збирати та аналізувати великі обсяги особистих даних.

Висновки

Підсумовуючи, можна зазначити, що підприємницьке середовище широко використовує штучний інтелект для забезпечення виконання різних процесів. ШІ можна розглядати як приклад творчого руйнування за концепцією Йозефа Шумпетера. ШІ змінює традиційні методи ведення бізнесу, створюючи нові можливості і руйнуючи старі підходи. ШІ сприяє виникненню нових продуктів, послуг та бізнес-моделей, що впливає на економічну динаміку та структуру ринків. Дана технологія вже отримала позитивне ставлення з боку бізнесу, що свідчить про її важливість та вплив на ефективність діяльності підприємців. Значна більшість підприємців готова інвестувати у використання ШІ, визнаючи його як вагомий фактор у покращенні їхнього бізнесу.

Проте, на шляху впровадження ШІ існують виклики, такі як відсутність необхідних знань для застосування цих технологій та правильного формулювання завдань для ШІ. ШІ може сприяти підвищенню продуктивності за умови грамотного та належного використання. Водночас користувачам необхідно уникати повної залежності від ШІ.

ШІ розвивається дуже швидко, що вимагає подальшого невинного дослідження науковцями цього феномену, його законодавчого врегулювання та захисту прав інтелектуальної власності задля більш ефективного та етичного впровадження у різних бізнес-сферах.

PETRENKO V. P.

PhD student of the Institute for Economics and Forecasting of National Academy of Sciences of Ukraine, e-mail: petrenkovalentyna8@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9445-2213

IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON FUTURE ENTREPRENEURSHIP: SURVEY RESULTS AND TRENDS ANALYSIS

The article examines the phenomenon of artificial intelligence (AI) and its manifestation as a result of creative destruction in all spheres of activity, including entrepreneurship. The peculiarities of AI research are noted, and the results obtained during the survey are analyzed. **The goal** of this article is to investigate the impact of artificial intelligence on contemporary entrepreneurship. In particular, it discusses the ways in which artificial intelligence is used in business practices and its role in the process of creative destruction. The survey results, conducted among entrepreneurs, are analyzed to identify key trends and challenges associated with AI implementation. **The research methodology** includes conducting surveys among the general population and entrepreneurs from various sectors regarding artificial intelligence and its potential use in entrepreneurship, as well as analyzing the responses received from respondents. **The results:** the survey shows that the majority of entrepreneurs acknowledge the significant impact of artificial intelligence on enhancing business process efficiency, decision-making, and innovative development, and are already integrating it into their operations. **The scientific novelty** of this article lies in the detailed analysis of the impact of artificial intelligence on entrepreneurship, providing survey results, and drawing conclusions regarding the potential use of this technology in business. **The practical significance** lies in conducting a qualitative analysis and revealing the role of artificial intelligence in entrepreneurial activity. The article emphasizes the widespread adoption and impact of the technology on modern business, demonstrating its potential for improving efficiency and innovation. The conducted analysis emphasizes the need for further research for a deeper understanding and optimal utilization of AI in entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship; artificial intelligence; creative destruction; innovation

REFERENCES

1. Petrenko, V. P. (2024). Entrepreneurship as a source of creative destruction: The role of artificial intelligence [Підприємництво як джерело творчого руйнування: Роль штучного інтелекту]. In *Innovatsiino-investytsiyni rozvytok biznesu v umovakh ekonomichnykh zburyn: Tezy dopovidei V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii zdobuvachiv vyshchoi osvity i molodykh vchenykh* [Innovative and investment business development in conditions of economic turbulence: Abstracts of the V International scientific-practical conference of higher education applicants and young scientists], Lviv, March 28-29, 2024 (pp. 285-286). Lviv: National University Lviv Polytechnic. [Elektronnyi resurs]. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1VLsfjnO3knKNmKd9DqEeVQkf-aPIISu> [In Ukrainian].

2. Fostolovych, V. A. (2022). Shtuchnyi intelekt v suchasnomu biznesi: Potensial, suchasni trendy ta perspektyvy intehruvannia u rizni sfery hospodarskoi diialnosti i zhyttiediialnosti liudyny [Artificial intelligence in modern business: Potential, current trends, and prospects for integration into various fields of economic activity and human life]. *Efektivna Ekonomika*, (7). [Elektronnyi resurs]. Retrieved from <http://eprints.zu.edu.ua/34376/1/4%2BFostolovych%2BLypen%2B2022.pdf> [In Ukrainian].
3. Chaika, T. Yu., & Avdieieva, L. V. (2018). Klasychni kontseptsii innovatsii i suchasnist: Empyrychni pidtverdzhennia ta koryhuvannia. Bazovi indykatory inovatsiinoi aktyvnosti [Classical concepts of innovation and modernity: Empirical confirmations and adjustments. Basic indicators of innovation activity]. *Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu: Serii: Mizhnarodni Ekonomichni Vidnosyny ta Svitove Hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University: Series: International Economic Relations and World Economy], (18), Part 3, 123-128. [Elektronnyi resurs]. Retrieved from http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/27.pdf [In Ukrainian].
4. Shumpeter, Y. A. (1995). *Kapitalizm, sotsializm i demokratiia* [Capitalism, socialism, and democracy] (V. Ruzhytskyi & P. Tarashchuk, Trans.). Kyiv: Vydavnytstvo «Osnovy». [In Ukrainian].
5. Abdus, S., Rubaba, N., Hasanuzzaman, T., & Nanta, S. (2024). Social and environmental responsibility in AI-driven entrepreneurship. In *Proceedings of the 2024 International Conference on Artificial Intelligence and Business* (Chapter 12). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1842-3.ch012>
6. Black, S., Samson, D., & Ellis, A. (2024). Moving beyond ‘proof points’: Factors underpinning AI-enabled business model transformation. *International Journal of Information Management*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102796>
7. Giuggioli, G., & Pellegrini, M. M. (2023). Artificial intelligence as an enabler for entrepreneurs: A systematic literature review and an agenda for future research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 816-837. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2021-0426>.
8. Li X., Zhan, X., Liu Y., Mi Y., Chen Y. (2024). The impact of artificial intelligence on users’ entrepreneurial activities. *Systems Research and Behavioral Science*, Wiley Blackwell, 2024, Vol. 39(3), pages 597-608.

Стаття надійшла до редакції: 26.05.2024
Received: 2024.05.26