

social perspective. *Journal of Management and Sustainability*, 7(4), 98–111.
 DOI: <https://doi.org/10.5539/jms.v7n4p98>

Menghwar, P. S., & Daoood, A. (2021). Creating shared value: A systematic review, synthesis and integrative perspective. *International Journal of Management Reviews*, 23(4), 466–485.
 DOI: <https://doi.org/10.1111/ijmr.12252>

Omelchenko, I. H. (2024). Perspektyvy vprovadzhennia kontseptsii stvorennia spilnoi tsinnosti v Ukraini. In *Upravliniski paradyhmy staloho rozvytku ta inkluzyvnogo ekonomichnogo zrostantia* (pp. 271–272). Sumy: SumDU. <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/cf339b15-1c2a-4574-ad79-f3137527dc34/content>

Omelchenko, I. H. (2024). Rol steikkholderiv u stvorenni spilnoi tsinnosti. In *Strategii innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy: problemy, perspektyvy, efektyvnist «Forvard–2024»*, Vol. 2 (pp. 136–138). Kharkiv: NTU «KhPI». <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/e07f47d6-f8ef-499-d-94d8-635945e56bb2/content>

Omelchenko, I. H., & Alioshyn, S. Yu. (2024). Stvorennia spilnoi tsinnosti yak rushii pislivoiennoho vidnovlennia Ukrainy. In *Teoretychni ta praktychni doslidzhennia molodykh vchenykh* (pp. 504–505). Kharkiv: NTU «KhPI». <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/42b19a5f-69b1-4f80-b575-9bfe701b8896/content>

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave

of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(January–February), 1–17. <https://www.communitylivingbc.ca/wp-content/uploads/2018/05/Creating-Shared-Value.pdf>

Rankinen, J.-A., Lakkala, S., Haapasalo, H., & Hirvonen-Kantola, S. (2022). Stakeholder management in PED projects: Challenges and management model. *International Journal of Sustainable Energy Planning and Management*, 34, 91–106.
 DOI: <https://doi.org/10.54337/ijsepm.6979>

Salam, A., Nawaz, T., & Ali, S. (2023). Success ratio of small infrastructure projects over involving project stakeholders: Engaging local NGOs. *Journal of Social Sciences Development*, 2(2), 173–188.
 DOI: <https://doi.org/10.53664/JSSD/02-02-2023-05-173-188>

Strand, R., & Freeman, R. E. (2015). Scandinavian cooperative advantage: The theory and practice of stakeholder engagement in Scandinavia. *Journal of Business Ethics*, 127(1), 65–85.
 DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1792-1>

Africa Wired: Portable ultrasound device to tackle child mortality. (n.d.). *Africa Renewal*. <https://www.un.org/africarenewal/magazine/december-2016-march-2017/africa-wired-portable-ultrasound-device-tackle-child-mortality>

Науковий керівник – Альошин С. Ю.,
 кандидат економічних наук, доцент
 кафедри обліку і фінансів НТУ «ХПІ» (Харків)

УДК 004.8:005.72:005.93
 JEL Classification: L86; O33
 DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-3-337-343>

ВПЛИВ МАШИННОГО ІНТЕЛЕКТУ НА КУЛЬТУРУ МІЖКОРПОРАТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

© 2025 ДЕМ'ЯНЕНКО Т. І., МАЛІННИКОВ П. А.

УДК 004.8:005.72:005.93
 JEL Classification: L86; O33

Дем'яненко Т. І., Малінніков П. А. Вплив машинного інтелекту на культуру міжкорпоративної комунікації

Мета статті полягає в дослідженні трансформаційного впливу машинного інтелекту на культуру міжкорпоративної комунікації, а також у аналізі нових форм цифрової взаємодії між компаніями. Аналізуючи вплив машинного інтелекту, слід відзначити, що інтеграція інтелектуальних технологій докорінно трансформувє характер і зміст взаємодії між організаціями. Використання систем штучного інтелекту сприяє автоматизації комунікаційних процесів, підвищенню оперативності в обміні інформацією, формуванню нових норм і цінностей у корпоративній взаємодії. Машинний інтелект не лише оптимізує технічні аспекти обміну даними, але й впливає на етичні, поведінкові та культурні складові міжкорпоративної співпраці. У результаті змінюється структура комунікаційних моделей, формуються нові підходи до довіри, прозорості та взаємної відповідальності між учасниками організаційної взаємодії. Доведено, що інтеграція машинного інтелекту, зокрема великих мовних моделей і механізмів автономного виклику функцій, сприяє пришвидшенню обміну інформацією, підвищенню операційної прозорості та ефективності управління даними, водночас породжуючи нові питання щодо захисту конфіденційності та етичності. У результаті дослідження розроблено концептуальну модель, яка інтегрує технологічні, організаційні та етичні чинники для оптимізації міжкорпоративних комунікаційних процесів. Розкрито значення сучасних технологій машинного інтелекту як інструменту для трансформації традиційних комунікаційних стратегій, що за-

безпечує більш гнучкий, швидкий і персоналізований обмін інформацією між організаціями. Особливу увагу приділено тому, як інтегровані рішення на основі обробки команд у натуральній мові спрощують обмін даними, прискорюють реагування на запити та забезпечують кращу координацію у сфері маркетингу та логістики.

Ключові слова: міжкорпоративна комунікація, LLM-агенти, автономний виклик функцій, штучний інтелект, машинне навчання, бізнес-процеси, цифрова економіка.

Рис.: 1. Бібл.: 12.

Дем'яненко Тетяна Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту, Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (вул. Університетська, 16, Харків, 61003, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9362-635X>

Малінніков Павло Арсентійович – здобувач кафедри економіки та менеджменту, Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія» Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (вул. Університетська, 16, Харків, 61003, Україна)

E-mail: tud85@ukr.net

UDC 004.8:005.72:005.93

JEL Classification: L86; O33

Demianenko T. I., Malinnikov P. A. The Impact of Machine Intelligence on the Culture of Intercorporate Communication

The aim of the article is to investigate the transformational impact of machine intelligence on the culture of intercorporate communication, as well as to analyze new forms of digital interaction between companies. Analyzing the impact of machine intelligence, it should be noted that the integration of intelligent technologies fundamentally transforms the nature and content of interactions between organizations. The use of artificial intelligence systems contributes to the automation of communication processes, increases the efficiency of information exchange, and fosters the formation of new norms and values in corporate interaction. Machine intelligence not only optimizes the technical aspects of data exchange but also influences the ethical, behavioral, and cultural components of intercorporate cooperation. As a result, the structure of communication models changes, and new approaches to trust, transparency, and mutual responsibility among participants in organizational interaction are formed. It is proved that the integration of machine intelligence, particularly large language models and autonomous function calling mechanisms, contributes to the acceleration of information exchange, increased operational transparency, and improved data management efficiency, while also raising new questions regarding privacy protection and ethics. As a result of the research, a conceptual model has been developed that integrates technological, organizational, and ethical factors to optimize intercorporate communication processes. The significance of modern machine intelligence technologies as a tool for transforming traditional communication strategies has been revealed, ensuring a more flexible, faster, and personalized information exchange between organizations. Special attention has been paid to how integrated solutions based on natural language command processing simplify data exchange, accelerate response to inquiries, and ensure better coordination in the fields of marketing and logistics.

Keywords: intercorporate communication, LLM agents, autonomous function calling, artificial intelligence, machine learning, business processes, digital economy.

Fig.: 1. Bibl.: 12.

Demianenko Tetiana I. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Educational and Scientific Institute “Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy” of V. N. Karazin Kharkov National University (16 Universytetska Str., Kharkiv, 61003, Ukraine)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9362-635X>

Malinnikov Pavlo A. – Applicant of the Department of Economics and Management, Educational and Scientific Institute “Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy” of V. N. Karazin Kharkov National University (16 Universytetska Str., Kharkiv, 61003, Ukraine)

E-mail: tud85@ukr.net

Міжкорпоративна комунікаційна культура визначає протоколи, норми та цінності, що регулюють взаємодію підприємств, партнерів і клієнтів. У сучасній цифровій економіці вона виходить за межі спілкування «людина – людина» і охоплює канали, керовані даними та машинним інтелектом. Цей зсув сприяє пришвидшенню обміну інформацією, підвищенню операційної прозорості та розширенню можливостей співпраці. Прискорення обігу даних на цифрових платформах привело до появи чат-ботів, хмарних колабораційних систем і смарт-алгоритмів аналізу інформації. Динаміка та обсяг таких комунікацій вимагають адаптивної культури, яка не лише реагує на нові технології, а й використовує їх для зміцнення міжорганізаційних зв'язків. Великі мовні моделі (LLM) розширюють можливості таких каналів,

зокрема через автономне отримання актуальних даних чи автоматичне коригування стилю спілкування. Водночас можливість обробляти команди, сформульовані натуральною мовою, – не єдиний чинник, що сприяє підвищенню культури обміну даними в бізнес-комунікації. Важливу роль у цьому відіграє автономний виклик функцій – ключова інновація, що дає змогу LLM-агентам самостійно визначати, коли та як підключатися до зовнішніх сервісів або баз даних. Це спрощує обмін інформацією в режимі реального часу та знижує потребу в ручному втручанні.

Машинний інтелект сьогодні радикально змінює організаційні та міжкорпоративні комунікації, полегшуючи обробку великих масивів даних і надаючи точніші відповіді. Моделі на основі машинного навчання здатні генерувати контент, аналізувати

тональність, прогнозувати тренди та налаштовувати повідомлення під конкретні сегменти аудиторії.

Питанням впливу штучного інтелекту на різні сфери людського життя значну увагу приділяють такі науковці як: Зварич Р., Лісович Т. [1], Hwang K. зі співавторами [2], Atov I. та інші [2], Скопенко Н., Євсєєва-Северина І. [4], Ковтуненко Ю. [5], Черненко Н. [6] та інші [7–12]. Вони присвятили свої дослідження машинному інтелекту та технологічному феномену, що трансформує підходи до управління, організаційної культури, комунікаційних процесів та прийняття рішень в міжкорпоративному середовищі.

Мета статті – дослідити трансформаційний вплив машинного інтелекту на культуру міжкорпоративної комунікації, проаналізувати нові форми цифрової взаємодії між компаніями.

Розроблення цілісної концептуальної моделі для міжкорпоративної комунікаційної культури з елементами машинного інтелекту вимагає інтегрального підходу, що враховує взаємодію технологічних чинників, організаційної культури та динамічного комунікаційного середовища. Деякі дослідження стверджують, що інструменти на базі машинного інтелекту (МІ), зокрема великі мовні моделі (LLM) та механізми самокерованого виклику функцій, не лише покращують операційні процеси, а й ініціюють стратегічні перетворення внутрішньої інфраструктури підприємств.

Міжкорпоративна комунікаційна культура охоплює сукупність норм, цінностей і процесів, що визначають обмін інформацією, спільну діяльність і узгодження стратегічних ініціатив на підприємствах. Окремо наголошується, що традиційно така культура спиралася на особисті зустрічі, періодичну звітність і переговори за безпосередньої участі людини. У сучасних умовах зростає залежність від каналів обміну даними в режимі реального часу, побудованих на базі машинного інтелекту, хмарних сервісів та соціальних мереж [10]. Аналогічний зсув помічено й у частині інфраструктури електронної комунікації.

Сутність цієї культури охоплює не лише передачу інформації, а й мотивації та базові припущення щодо комунікаційних практик. У середовищах, орієнтованих на машинний інтелект, такі припущення повинні включати автоматизацію, алгоритмічне ухвалення рішень та контекстно-чутливе отримання даних, що розширює межі комунікаційної культури, аби охопити взаємодію між людськими стейкхолдерами, інтелектуальними агентами та різними джерелами даних. Поширення систем комунікації на основі машинного інтелекту зумовлене як технологічними, так і організаційними

факторами. Деякі дослідження підкреслюють, що прогрес у машинному навчанні, обробці природної мови (NLP) та когнітивних архітектурах відкриває можливості для автоматизації складніших завдань, пов'язаних із розумінням мови, генерацією контенту та ухваленням рішень. Крім того, прагнення до ефективності, персоналізації, прозорості та швидких рішень часто штовхає компанії до інтеграції МІ-технологій у повсякденні комунікаційні процеси [7].

Механізми самокерованого виклику функцій та LLM забезпечують контекстно-чутливі відповіді в реальному часі й мінімізують потребу в ручних операціях. Інтелектуальні механізми комунікації на основі LLM і самокерованого виклику функцій наведено на *рис. 1*.

Інтелектуальні механізми комунікації радикально змінюють саму суть взаємодії між людиною та цифровими системами. Якщо традиційні інтерфейси були обмежені набором заздалегідь визначених команд або сценаріїв, то сучасні рішення, побудовані на основі LLM і машинного інтелекту, діють інакше: вони не лише реагують на запити, а й активно залучаються до вирішення завдання.

Стратегії, що акцентують цифрову трансформацію, оптимізацію ефективності та залучення зацікавлених сторін, зазвичай підтримують впровадження інструментів на основі машинного інтелекту. Окремі праці вказують, що чіткі політики управління та етичні настанови, пов'язані з приватністю, підзвітністю та ризиками, також сприяють успішній інтеграції. Питання відповідальності та уникнення зловживань розглянуто в низці досліджень. Зрештою, цілісне дотримання цих принципів вважається основою для стійкого впровадження.

Попри численні переваги, зосередженість на машинах як на комунікаційних суб'єктах актуалізує потребу в надійному нагляді. Захист даних, дотримання законодавства й уникнення алгоритмічних спотворень потребують рамкових принципів, що включають етичні норми, прозорість і залучення стейкхолдерів. Деякі дослідники підкреслюють, що лідери зобов'язані забезпечувати ефективність МІ-інструментів без втрати довіри та підзвітності. Інші звертають увагу на необхідність підтримувати справедливість і надійність у комунікаціях.

На практиці успіх впровадження МІ пов'язаний з інвестиціями в інфраструктуру, підготовку персоналу та координацію між підрозділами. Для впровадження МІ в комунікаційну культуру потрібно не лише технічне забезпечення, а й готовність організації до перегляду процесів, ролей і підходів [8]. Інші відзначають, що керівникам до-

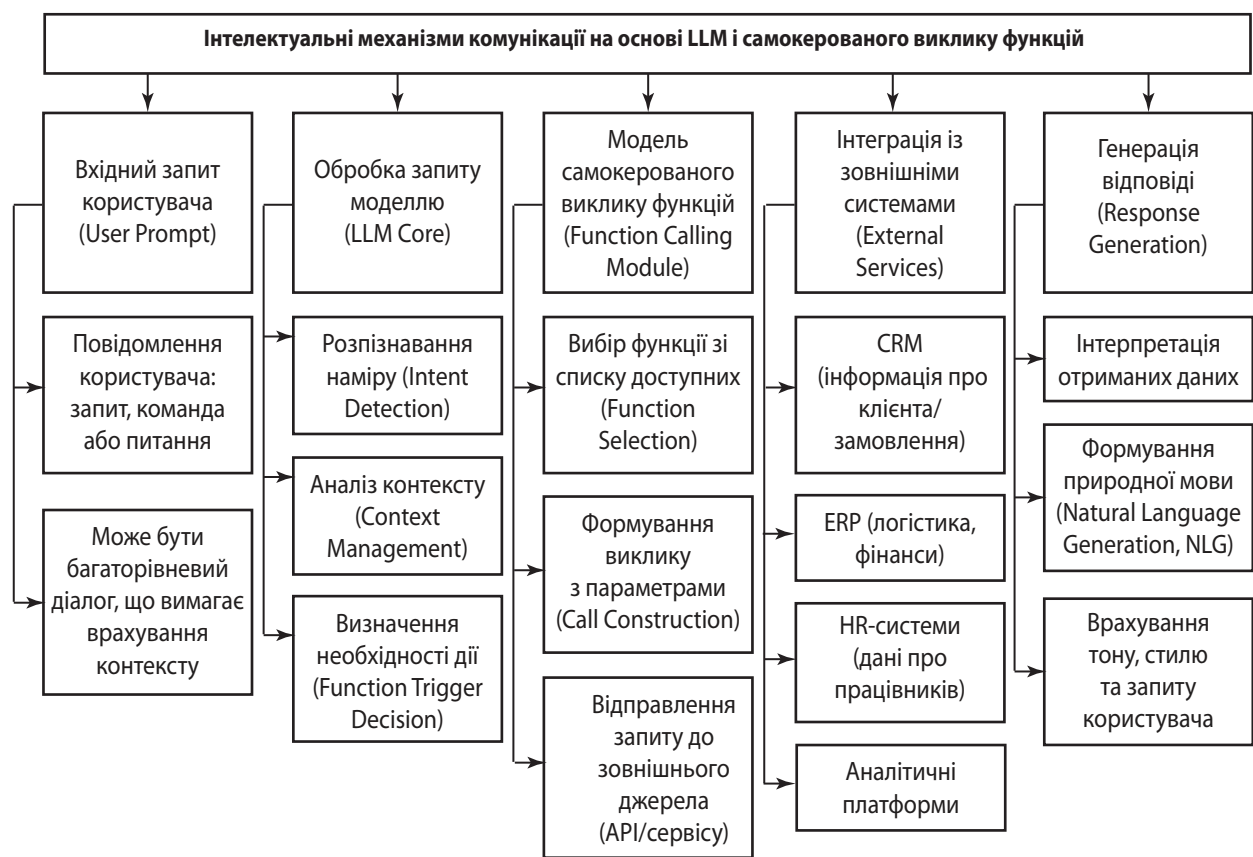


Рис. 1. Інтелектуальні механізми комунікації

Джерело: авторська розробка.

водиться поєднувати масштабованість і швидкість технологій із аспектами дотримання брендової стилістики та юридичних норм. Так само важливо враховувати настрої стейкхолдерів та їхнє сприйняття цифрових рішень. В окремих випадках це вимагає додаткового коригування стратегій.

Широке впровадження інструментів машинного інтелекту в міжкорпоративні комунікаційні процеси суттєво позначається на нормах і практиках обміну інформацією, узгодженні завдань та спільному визначенні стратегічних цілей. Інші дослідження свідчать, що завдяки теоретичним підходам до комунікаційної культури можна спостерігати, як технічні агенти починають замінювати деякі процеси, що традиційно вимагали присутності людини. Зокрема, немає потреби в ручному підтвердженні або перевірці актуальних даних, якщо LLM-система може самостійно оновлювати базу інформації. Це впливає як на темп, так і на очікування в робочому середовищі.

З погляду культури, поняття довіри стає складнішим. Хоча система може забезпечувати точність завдяки об'єктивним даним, помилки або ухилення алгоритмів можуть підірвати авторитет,

якщо їх своєчасно не скоригувати [9]. Зважаючи на це, критичним викликом стає збереження прозорості та підзвітності поряд із підвищенням загальної ефективності.

Управлінська перспектива наголошує, що впровадження машинного інтелекту для вдосконалення комунікацій вимагає поєднання технологічних можливостей із цінностями підприємства, етичними стандартами та очікуваннями зацікавлених сторін. Дослідження вказують, що передові системи, зокрема LLM з функцією самокерованого виклику, здатні прискорювати інформаційні потоки та підвищувати релевантність комунікації. Проте менеджери мають дбати про безпечність даних, справжність повідомлень і збереження репутації організації.

На сьогоднішній день лідери повинні розробляти всеосяжні керівні принципи з впровадження машинного інтелекту, встановлюючи рівні відповідальності та визначаючи межі прийнятних ризиків. Наприклад, конкретні процедури можуть регламентувати, коли й на яких умовах МІ-система може самостійно отримувати або поширювати конфіденційну інформацію, а також описувати критерії для передачі складних рі-

шень на розгляд людини. Вбудовані в операційну діяльність, такі стандарти гарантують стабільність і надійність комунікацій, опосередкованих машиною [11].

Не менш важливою є автентичність повідомлень, адресованих зовнішнім аудиторіям. Хоча МІ може підлаштовувати тон і зміст під конкретний сегмент споживачів чи партнерів, надмірна автоматизація може призвести до втрати емоційної складової у спілкуванні. Отже, доцільним є запровадження змішаної моделі, де рутинні завдання збирання даних чи підготовка чорнових варіантів залишаються на плечах МІ, тоді як люди визначають стратегічні пріоритети та вносять фінальні корективи. Такий підхід зберігає ефективність і водночас дає змогу підтримувати справжність людської взаємодії [8].

Таким чином, інтеграція машинного інтелекту в міжкорпоративну комунікаційну культуру обіцяє вагомі переваги в контексті швидкодії, точності даних і використанні ресурсів. Водночас повна реалізація цих переваг залежить від зваженої управлінської позиції – поєднання технічних інновацій з етичними, культурними та стратегічними засадами. Лише за такої умови підприємства можуть отримати конкурентні переваги від МІ без шкоди для довіри, авторитету і довгострокової стабільності організації.

Вплив LLM і автоматизованих функцій проявляється в реальних практиках міжкорпоративного спілкування, де штучний інтелект забезпечує новий рівень взаємодії. Дослідження як у бізнесі «компанія – компанія» (B2B), так і «компанія – споживач» (B2C) підтверджують ефективність комунікацій, підсилених машинним інтелектом. Наприклад, у B2B-сценарії з орієнтацією на логістику система планування ресурсів підприємства (ERP), інтегрована з чат-ботом на базі LLM, надавала в реальному часі дані про графіки доставки, рівні запасів та інструкції клієнтів [10]. Завдяки автономному виклику функцій цей чат-бот отримував актуальну інформацію про вантажі та оперативно відповідав на запити, зменшуючи кількість листувань електронною поштою та телефонних дзвінків.

Аналогічне застосування у B2C-сфері передбачало використання платформи електронної комерції, де аналіз поведінки користувачів у реальному часі давав змогу автоматизованому чат-боту пропонувати персоналізовані товари та акції. Рівень задоволеності клієнтів зростав, а показник «залишення кошика» зменшувався, що свідчить про суттєвий вплив персоналізованих діалогів на ухвалення рішення про покупку.

Серед ключових інновацій у комунікаціях на основі машинного інтелекту виокремлюється автономний виклик функцій, коли розвинуті агенти самостійно визначають, у який момент і яким чином звертатися до зовнішніх функцій, API або баз даних. Завдяки цьому механізму LLM-агенти можуть інтегрувати контекстно залежні дані в реальному часі, забезпечуючи гнучкість і обґрунтованішу взаємодію. На практиці така самокерованість має величезну цінність: наприклад, у логістичних сценаріях агент може автономно запитувати внутрішню API компанії задля отримання актуального статусу вантажу ще до зв'язку зі стейкхолдерами, що ліквідує потребу в додаткових перевірках і прискорює цикл реагування. У маркетингу ж система може звертатися до даних щодо трендів у соціальних мережах чи до оцінок відгуків, щоб налаштувати комунікаційний стиль бренду та запропонувати користувачам актуальну інформацію без необхідності підтвердження з боку людини [10].

Організації, як у сфері координації ланцюга постачань, так і в обслуговуванні клієнтів, відзначали суттєві покращення ефективності та точності даних після впровадження комунікаційних систем на основі штучного інтелекту. Чат-боти й агенти на базі великих мовних моделей (LLM) могли опрацьовувати ширший спектр рутинних запитів, звільняючи людський персонал для виконання завдань вищого рівня. У поєднанні з модулями персоналізації такі системи демонстрували тонке розуміння профілів користувачів – адаптуючи лексику, тональність або навіть пропоновані товари відповідно до індивідуальних характеристик. Це не лише сприяло кращому залученню клієнтів, а й забезпечувало цілісність у способі передавання повідомлень, яку складно було б гарантувати в умовах суто ручного керування.

Попри відчутні переваги, у процесі реалізації виявлено низку практичних труднощів. Зокрема, інтеграція даних у великих організаціях виявилася складною через різноманітні інформаційні системи та бази даних, що вимагає низки API-з'єднань або докорінних змін архітектури. Таке фрагментоване середовище може знижувати ефективність автономного виклику функцій, коли доступ до релевантних даних у реальному часі ускладнений. Іншою поширеною проблемою стала узгодженість брендової тональності: іноді платформи, керовані МІ, генерували відповіді, які хоч і були коректними за змістом, не відповідали усталеному стилю чи цінностям компанії.

Також надалі залишаються актуальними етичні та регуляторні аспекти. Деякі компанії зіткнулися з труднощами в дотриманні норм щодо конфі-

денційності даних, коли впроваджували чат-боти чи аналітичні інструменти на основі машинного інтелекту, особливо на міжнародному рівні. Крім того, питання довіри та прозорості лишаються дискусійними: зацікавлені сторони хочуть краще розуміти, як агенти ухвалюють рішення та отримують відомості, однак надання такої інформації може розкрити внутрішню бізнес-логіку чи чутливі конкурентні дані.

У випадках, де інструменти на основі МІ було інтегровано та скеровано належним чином, вони сприяли змінам не тільки в робочих процесах, а й у відносинах між компаніями. Подєкуди партнери відзначали зростання довіри завдяки оперативній і підтвердженій даними взаємодії, що здійснювалася за допомогою МІ-агентів. В інших прикладах автоматизація рутинних завдань вивільняла час менеджерів, спонукаючи до активнішої крос-функціональної взаємодії та творчих ініціатив. Сформована внаслідок цього «культура інновацій» та «культура швидкого реагування» стала важливою складовою іміджу компанії, підтримуючи думку, що МІ не просто замінює людську комунікацію, а служить мультиплікатором, поглиблюючи та прискорюючи конструктивні обміни [11].

Загалом наведені приклади підтверджують, що LLM-системи з автономним викликом функцій можуть значно розширити можливості та підвищити результативність міжкорпоративних комунікацій. Серед найчастіше відзначуваних переваг виокремлюються підвищення ефективності, глибша персоналізація та більш керований обмін даними. Водночас складнощі щодо узгодження даних, стабільності стилістики бренду та дотримання етичних стандартів засвідчують потребу в ретельному плануванні та надійному управлінні. Тож, попри значні перспективи, реалізація МІ-рішень потребує поєднання технологічної зрілості, управлінського контролю та готовності організації до змін.

ВИСНОВКИ

Технології машинного інтелекту, зокрема великі мовні моделі (LLM) з автономним викликом функцій, здатні трансформувати міжкорпоративну комунікаційну культуру. Аналіз автоматизованого отримання даних, контекстно-чутливого діалогу та обміну інформацією в реальному часі дав змогу виокремити кілька важливих переваг. *По-перше*, завдяки зменшенню ручної перевірки даних штучний інтелект пришвидшує відповіді та підвищує продуктивність. *По-друге*, персоналізація на базі МІ сприяє точнішій адаптації комунікації до по-

треб зацікавлених сторін, що може посилити довіру та задоволеність. Впровадження МІ-агентів у щоденні комунікації змінює динаміку організації, спонукаючи до розвитку нових навичок і механізмів управління, які забезпечують прозорість, підзвітність і дотримання етичних норм.

Попри суттєві перспективи, впровадження МІ в міжкорпоративну комунікацію супроводжується низкою викликів. Алгоритмічні обмеження та вроджені упередження можуть знижувати надійність систем, а надмірна автоматизація іноді послаблює людський вимір, такий важливий для складних переговорів. Крім того, етичні аспекти, пов'язані з конфіденційністю та алгоритмічними рішеннями, слід розв'язувати шляхом створення зрілих систем управління, аби запобігти репутаційним чи правовим ризикам.

Подальші дослідження могли б глибше висвітлити результати застосування МІ-засобів комунікації в різних галузях і культурних середовищах. Перспективними напрямками є довготривалі дослідження з метою оцінити наслідки використання МІ в комунікаціях, порівняльні аналізи прийняття таких рішень у різних корпоративних культурах, а також розробка етичних орієнтирів для ролі машинного інтелекту в міжособистісних і міжорганізаційних відносинах. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

- Зварич Р. І., Лісович Т. Ю. Вплив технологій машинного навчання та штучного інтелекту на поведінку користувачів ІТ-продуктів. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-107>
- Hwang K., Chen M., Gharavi H., Leung V. C. M. Artificial Intelligence for Cognitive Wireless Communications. *IEEE Wireless Communications*. 2019. Vol. 26. Iss. 3. P. 10–11. DOI: <https://doi.org/10.1109/MWC.2019.8752476>
- Atov I., Chen K-Ch., Kamal A., Yu Sh. Data Science and Artificial Intelligence for Communications. *IEEE Communications Magazine*. 2019. Vol. 57. Iss. 11. P. 82–83. DOI: <https://doi.org/10.1109/mcom.2019.8908556>
- Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В. Вплив штучного інтелекту на розвиток різних сфер бізнесу. *Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці* : матеріали XIV Міжнародної наукової Інтернет-конференції (м. Київ, 10–11 листопада 2022 р.). Київ : Національна академія управління, 2022. С. 81–85. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f902cd3f-3846-48d4-968a-c09eaf97931f/content>

5. Ковтуненко Ю. В. Застосування штучного інтелекту у системі управління підприємством: проблеми та переваги. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2019. № 2. С. 95–97.
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4171114>
 6. Черненко Н. І. Штучний інтелект в управлінні персоналом. *Таврійський науковий вісник. Серія «Економіка»*. 2022. Вип. 12. С. 76–83.
DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
 7. Прохорова В. В., Юхман Я. В., Янчак Ю. О. Управління трансформацією підприємств на основі цифрової когерентності. *Бізнес Інформ*. 2024. № 6. С. 104–111.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-104-111>
 8. Прохорова В. Методи оцінки проєктних ризиків IT-компаній. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2023. Вип. 16.
DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-16](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-16)
 9. Прохорова В. В., Чобіток І. О. Форсайтно-інноваційний механізм управління підприємствами в умовах цифровізації: теоретичні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 78–85.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-2-78-85>
 10. Дем'яненко Т. Формування організаційно-економічного механізму управління розвитком промислового підприємства. *Development Service Industry Management*. 2024. No. 3. P. 19–25.
DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(3\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(3))
 11. Prokhorova V., Mrykhina O., Koleshchuk O., Demianenko T. Assessing the effectiveness of implementing immersive technologies within university sustainable development systems. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2024. Vol. 5. No. 13. P. 35–47.
DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.314232>
 12. Cheng Yu. et al. Prompt Sapper: A LLM-Empowered Production Tool for Building AI Chains. *ACM Transactions on Software Engineering and Methodology*. Vol. 33. No. 5.
DOI: <https://doi.org/10.1145/3638247>
- REFERENCES**
- Atov, I., Chen, K.-Ch., Kamal, A., & Yu, Sh. (2019). Data science and artificial intelligence for communications. *IEEE Communications Magazine*, 57(11), 82–83.
DOI: <https://doi.org/10.1109/mcom.2019.8908556>
- Cheng, Y., et al. (n.d.). Prompt Sapper: A LLM-empowered production tool for building AI chains. *ACM Transactions on Software Engineering and Methodology*, 33(5).
DOI: <https://doi.org/10.1145/3638247>
- Demianenko, T. (2024). Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia rozvytkom promyslovoho pidpriemstva. *Development Service Industry Management*, 3, 19–25.
DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(3\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(3))
- Hwang, K., Chen, M., Gharavi, H., & Leung, V. C. M. (2019). Artificial intelligence for cognitive wireless communications. *IEEE Wireless Communications*, 26(3), 10–11.
DOI: <https://doi.org/10.1109/MWC.2019.8752476>
- Kovtunenکو, Yu. V. (2019). Zastosuvannia shtuchnoho intelektu u systemi upravlinnia pidpriemstvom: problemy ta perevahy. *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnoho universytetu*, 2, 95–97.
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4171114>
- Prokhorova, V. (2023). Metody otsinky proiektnykh ryzykiv IT-kompanii. *Adaptivne upravlinnia: teoriia i praktyka. Seriiia "Ekonomika"*, 16.
DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-16](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-16)
- Prokhorova, V. V., Chobitok, I. O. (2023). Forsaityno-innovatsiyni mekhanizm upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh tsyfrovizatsii: teoretychni aspekty. *Biznes Inform*, 2, 78–85.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-2-78-85>
- Prokhorova, V. V., Yuhman, Ya. V., & Yanchak, Yu. O. (2024). Upravlinnia transformatsiiei pidpriemstv na osnovi tsyfrovoy koherentnosti. *Biznes Inform*, 6, 104–111.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-104-111>
- Prokhorova, V., Mrykhina, O., Koleshchuk, O., & Demianenko, T. (2024). Assessing the effectiveness of implementing immersive technologies within university sustainable development systems. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(13), 35–47.
DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.314232>
- Skopenko, N. S., & Yevsieieva-Severyna, I. V. (2022). Vplyv shtuchnoho intelektu na rozvytok riznykh sfer biznesu. In *Natsionalna bezpeka u fokusi vyklykiv hlobalizatsiinykh protsesiv v ekonomitsi: Materialy XIV Mizhnarodnoi naukovoï Internet-konferentsii* (Kyiv, November 10–11, 2022), 81–85. Kyiv: Natsionalna akademiia upravlinnia. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f902cd3f-3846-48d4-968a-c09eaf97931f/content>
- Tsernenko, N. I. (2022). Shtuchnyi intelekt v upravlinni personalom. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriiia „Ekonomika“*, 12, 76–83.
DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2022.12.11>
- Zvorych, R. I., & Lisovych, T. Yu. (2024). Vplyv tekhnolohii mashynnoho navchannia ta shtuchnoho intelektu na povedinku korystuvachiv IT-produktiv. *Ekonomika ta suspiilstvo*, 63.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-107>