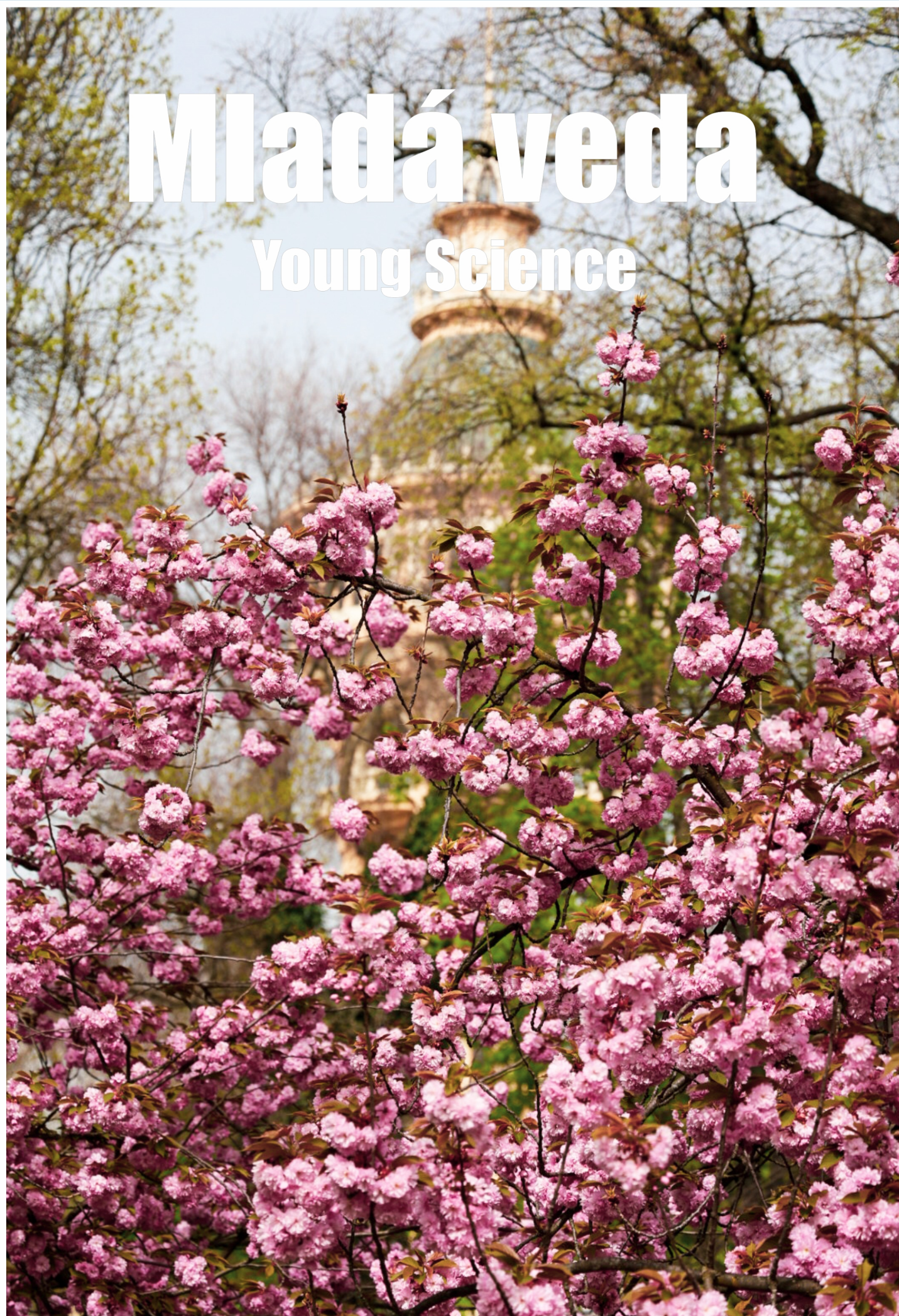


Mladá veda

Young Science



Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 1, ročník 13., vydané v marci 2025

ISSN 1339-3189, EV 167/23/EPP

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Jar v Budapešti. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

prof. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

PhDr. Veronika Kmetóny Gazdová, PhD. (Inštitút edukológie a sociálnej práce, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

Mgr. Monika Šavelová, PhD. (Katedra translitológie, Univerzita Konštantína Filozofa, Nitra)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra verejnej ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

Mgr. Michal Garaj, PhD. (Katedra politických vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava)

REDAKCIA

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Banícke múzeum, Rožňava)

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

TEORETICKÝ POHĽAD NA KONKURENCIESCHOPNOSŤ PODNIKOV V DOBE UMELEJ INTELIGENCIE

THEORETICAL PERSPECTIVE ON THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES
IN THE ERA OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Ivana Kravčáková Vozárová¹, Stela Kolesárová²

Ivana Kravčáková Vozárová v súčasnosti pôsobí ako docentka na Katedre ekonómie a ekonomiky Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove. Vo svojej vedecko-výskumnej práci sa venuje prioritne výskumu ekonomickej výkonnosti a manažmentu slovenských podnikov prevažne poľnohospodárskeho sektora, analýze medzinárodného obchodu s agrokomoditami či hodnoteniu konkurencieschopnosti agrárneho sektora Slovenskej republiky. Stela Kolesárová v súčasnosti pôsobí ako odborná asistentka na Katedre turizmu a hotelového manažmentu Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove. V súčasnosti sa jej vedecká činnosť zameriava predovšetkým na problematiku súčasných trendov fúzií a akvizícií v cestovnom ruchu.

Ivana Kravčáková Vozárová is an associate professor at the Department of the Economics and Economy at the Faculty of Management and Business of the University of Prešov in Prešov. Scientific work of Ivana Kravčáková Vozárová is focused on research of economic performance and management of Slovak companies mainly of the agricultural sector, the analysis of international trade in agricultural commodities and the evaluation of the competitiveness of the agricultural sector of the Slovak Republic. Stela Kolesárová is a lecturer at the Department of Tourism and Hotel Management at the Faculty of Management and Business of the University of Prešov in Prešov. Currently, her scientific activity focuses primarily on the issue of current trends in mergers and acquisitions in the tourism industry.

Abstract

The competitiveness of businesses in the future will depend on several key factors that are closely linked to technological progress, market changes, and new consumer demands. Business competitiveness and artificial intelligence are very relevant topics that are

¹ Adresa pracoviska: doc. Ing. Ivana Kravčáková Vozárová, PhD., Katedra ekonómie a ekonomiky, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovská univerzita v Prešove, Konštantínova 16, 080 01 Prešov

E-mail: ivana.kravcakova.vozarova@unipo.sk

² Adresa pracoviska: Mgr. Stela Kolesárová, PhD., Katedra turizmu a hotelového manažmentu, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovská univerzita v Prešove, Konštantínova 16, 080 01 Prešov

E-mail: stela.kolesarova@unipo.sk

increasingly interconnected. Artificial intelligence has the potential to significantly improve the competitiveness of businesses in various ways, such as streamlining processes, predictive analysis, supporting product and service innovations, or more targeted risk management. Artificial intelligence and automation are likely to become the foundation for optimizing business processes or improving customer service, enabling companies to work more efficiently and quickly, thereby gaining a competitive advantage. However, the use of artificial intelligence tools in the business sector requires investments in technology and expertise in human resources.

Keywords: competitiveness, artificial intelligence, technological progress, business sector, microeconomics

Abstrakt

Konkurencieschopnosť podnikov bude v budúcnosti závisieť od niekoľkých kľúčových faktorov, ktoré sú úzko späté s technologickým pokrokom, zmenami na trhu a novými požiadavkami spotrebiteľov. Konkurencieschopnosť podnikov a umelá inteligencia sú veľmi aktuálne témy, ktoré sa čoraz viac spájajú. Umelá inteligencia má potenciál výrazne zlepšiť konkurencieschopnosť podnikov rôznymi spôsobmi či už napr. zefektívnením procesov, prediktívnou analýzou, podporou inovácií produktov a služieb, alebo cielenejším manažmentom rizík. Umelá inteligencia a automatizácia sa pravdepodobne stanú základom pre optimalizáciu podnikových procesov či zlepšenie zákazníckych služieb a umožnia firmám pracovať efektívnejšie a rýchlejšie, čím môžu získať konkurenčnú výhodu. Avšak využívanie nástrojov umelej inteligencie v podnikovej sfére si vyžaduje investície do technológie a odborných znalostí ľudských zdrojov.

Kľúčové slová: konkurencieschopnosť, umelá inteligencia, technologický pokrok, podniková sféra, mikroekonómia

Úvod

Tento článok je venovaný analýze najnovších vedeckých prístupov k štúdiu konceptu konkurencieschopnosti v kontexte využívania umelej inteligencie (AI) na podnikovej úrovni. Spolu s teoretickými štúdiami podstaty konkurencie a konkurencieschopnosti v ekonomickej literatúre sa diskutuje aj o možnostiach praktického využívania AI v kontexte získania lepšej konkurenčnej výhody v podnikaní. Štúdium konkurentov a podmienok konkurencie je pre podnik nevyhnutné predovšetkým na to, aby podnik zistil svoje výhody a nevýhody v porovnaní s konkurentmi a mohol vyvodit' závery pre vývoj vlastnej úspešnej konkurenčnej stratégie a udržiavanie konkurenčných výhod (Fuior et al. 2019). Konkurencieschopnosť podniku je schopnosť podniku efektívne konkurovať v rámci svojho odvetvia alebo trhového prostredia. Zahŕňa rôzne vlastnosti a schopnosti, ktoré umožňujú firme vyniknúť, prilákať spotrebiteľov a dosiahnuť dlhodobý rozvoj a ziskovosť (Aguiar-Barbosa et al. 2021).

Podľa Phana (2024) je konkurencieschopnosť podniku schopnosť vytvoriť konkurenčnú výhodu, dosiahnuť vyššiu produktivitu a kvalitu ako konkurenti, získať významný podiel na trhu a generovať vysoký príjem v kontexte udržateľného rozvoja.

Vývoj, implementácia a prijímanie umelej inteligencie sú široko uznávané ako prelomová technológia, ktorá momentálne neustále a dynamicky napreduje. Umelá

inteligencia je technológia všeobecného použitia, ktorá pokrýva alebo bude pokrývať všetky sektory hospodárstva. V súčasnosti sa zvýšenie efektívnosti a produktivity podnikov dosahuje prostredníctvom implementácie inovatívnych riešení, ktoré sú vyvinuté na základe integrácie rôznych zdrojov, vrátane hmotných, nehmotných či ľudských (Wojtowicz et al. 2024; Rowell-Jones a Howard 2019), preto sa umelá inteligencia stáva kľúčovým nástrojom na zlepšenie konkurencieschopnosti podnikov.

Zameriavajúc sa na manažérske funkcie, popisuje Broekhuizen a kol. (2023) umelú inteligenciu ako schopnosť systému identifikovať, interpretovať, robiť závery a učiť sa z údajov na podporu produktivity vykonávaním manažérskych funkcií ako mapovanie, koordinovanie a kontrolovanie. Vplyvu AI na podnikové prostredie z rôznych hľadísk sa v poslednom období venovalo viacero aktuálnych štúdií ako napr. Etemad (2025); Bole and Vajjhala (2025); Almeida a kol. (2025); Ratten a kol. (2024); Prasanth a kol. (2023) a i.

Cieľ a metodika

Cieľom predkladaného príspevku je na základe prehľadu literatúry teoreticky vymedziť využitie dopadu umelej inteligencie na konkurencieschopnosť podnikov. V príspevku sme sa zamerali na popisný typ výskumu, na základe ktorého sme charakterizovali prínos využívania techník umelej inteligencie na podnikovej úrovni. Štúdia je založená na aktuálnom prehľade literatúry s cieľom posúdiť a poskytnúť pohľad na súčasný stav poznania v tejto oblasti.

Jadro

Umelá inteligencia sa stala transformačnou technológiou s hlbokými dôsledkami pre rôzne sektory, vrátane podnikania. Systémy poháňané AI umožňujú firmám efektívne spracovávať a analyzovať obrovské množstvá údajov, čo vedie k rýchlejšiemu a informovanejšiemu rozhodovaniu. Celkovo integrácia AI v rozhodovacích procesoch podnikania má potenciál podporiť konkurencieschopnosť organizácií a formovať budúcnosť ich obchodných praktík (Prasanth a kol. 2023).

Konkurencieschopnosti riadenej umelou inteligenciou a zlepšovaniu výkonnosti podnikov na globálnom trhu sa venovala aj štúdia Felixa a Gabriela (2024). Zistenia štúdie potvrdili, že implementácia umelej inteligencie v malých a stredných podnikoch (MSP) priniesla niekoľko významných výsledkov, ktoré zdôrazňujú jej transformačný potenciál. Medzi najpodstatnejšie závery patria nasledovné:

- **Zvýšená operačná efektívnosť:** Výskum naznačuje, že MSP, ktoré využívajú technológiu AI, zaznamenali výrazné zlepšenie v operačnej efektívnosti. Napríklad podniky, ktoré implementovali nástroje pre automatizáciu riadené AI, hlásili zníženie času stráveného opakovanými úlohami až o 40 %. Tento nárast efektívnosti umožnil MSP presunúť zdroje na strategickjšie iniciatívy, čím podporili inovácie a rast.
- **Zlepšené rozhodovanie:** V aplikovaní AI sa ukázala byť kľúčovou práve prediktívna analytika, pričom výrazne zlepšila procesy rozhodovania v MSP. Spoločnosti, ktoré využívali tieto nástroje, hlásili v priemere až o 25 % zlepšenie v schopnosti presne predpovedať predaj a trhové trendy. Táto schopnosť pomohla MSP optimalizovať riadenie zásob, ale tiež poskytla podklady pre cieľavedomejšie marketingové stratégie, čo viedlo k vyššej miere konverzie.

- Zlepšené zapojenie zákazníkov: Technológie AI, ako chatboty a personalizované marketingové algoritmy, zohrali kľúčovú úlohu pri zlepšovaní zapojenia zákazníkov. MSP, ktoré tieto nástroje prijali, zaznamenali zvýšenie skóre spokojnosti zákazníkov o 30 %. Schopnosť poskytovať okamžité odpovede a personalizované odporúčania podporila silnejšie vzťahy so zákazníkmi, čo viedlo k vyššej lojalite a opakovanému nákupu.
- Strategické prístupy k implementácii: Úspešná integrácia AI bola spojená s prijatím komplexných stratégií, ktoré zahŕňali školenie zamestnancov, partnerstvá s poskytovateľmi technológií a záväzok podporovať kultúru inovácií. MSP, ktoré sa zapojili do spolupráce alebo vyhľadali externú expertízu, hlásili plynulejší proces implementácie a výraznejšie lepšie výsledky.
- Prekážky pri implementácii: Napriek týmto pozitívnym výsledkom výskum tiež identifikoval niekoľko prekážok pri prijímaní AI medzi MSP. Najčastejšie uvádzané výzvy zahŕňali obmedzené finančné zdroje, nedostatok kvalifikovaných pracovníkov a odpor voči zmene. Takmer 60 % MSP v prieskume uviedlo, že práve obmedzený rozpočet bol hlavným problémom pri rozhodovaní o implementácii riešení AI.

Umelá inteligencia je disruptívna technológia vyvinutá v 20. storočí, ktorá prešla urýchlenou evolúciou a poskytuje riešenia pre zložité problémy v podnikateľskom svete. Podľa Ruiz-Real a kol. (2021) má výrazný vplyv na procesy a služby v oblasti sieťového marketingu, prostredníctvom analýzy správania používateľov a tvorby ich profilov, na ktoré sú orientované ponuky produktov a služieb. Ovplyvňuje výrobné oddelenia, ktoré riadia údržbu prediktívnym spôsobom, automatizujú kontrolu kvality a detegujú anomálie na výrobných linkách ešte predtým, než nastanú problémy. Má vplyv aj na logistické procesy, kde vypočítava efektívne trasy, prepočítava nové trasy na základe nečakaných udalostí a udržiava kontakt so zákazníkom a poskytovateľom logistických služieb plynule a automaticky. Ovplyvňuje aj popredajné služby, analyzujú názory zákazníkov na produkty a služby, aby sa vyhodnotil ich stupeň spokojnosti a možné závady alebo vylepšenia, ktoré môžu byť aplikované na produkty či služby (Plastino a Purdy, 2018).

Umelá inteligencia je pripravená transformovať obchod prostredníctvom prijímania nových digitálnych technologických praktík ako súčasť piatej priemyselnej revolúcie. Priemysel 5.0 je ďalšou fázou priemyselnej revolúcie, ktorá sa vyznačuje úzkou spoluprácou medzi ľuďmi a strojmi, čo umožňuje väčšie prispôsobenie výroby a rýchlejšiu reakciu na meniace sa požiadavky trhu. Spôsob, čas a dôvody implementácie umelej inteligencie v obchode sú stále do určitej miery neznáme, no pravdepodobne budú mať výrazný vplyv na výkonnosť výsledky, charakteristiku trhu, predpovedanie rizík či interakcie so zákazníkmi. S väčším dôrazom na nástroje založené na umelej inteligencii bude budúca prax v obchode vyžadovať digitálnu gramotnosť. To znamená, že manažéri firiem musia zlepšiť spôsob, akým analyzujú umelú inteligenciu, a to nielen z hľadiska jej užitočnosti, ale aj pri zachovaní ochrany súkromia a stratégií na zmiernenie rizík (Ratten a kol. 2024).

Ricart (2025) porovnáva výhody a obmedzenia v prípade snahy implementovať AI na podnikovej úrovni (Tabuľka 1).

Výhody	Obmedzenia
Operačná efektívnosť: AI dokáže vykonávať úlohy rýchlejšie a presnejšie ako človek, čo výrazne zvyšuje produktivitu. Môže efektívne vykonávať opakujúce sa a časovo náročné úlohy, čím uvoľňuje ľudské zdroje na zložitejšiu a kreatívnejšiu prácu.	Náklady a zložitosť: Počiatočná investícia do technológií AI a technická zložitosť môžu byť zastrašujúce, najmä pre malé firmy s obmedzenými zdrojmi. Náklady na integráciu, školenie a údržbu môžu odradiť mnohé podniky od prijatia AI.
Zlepšené rozhodovanie: AI poskytuje analýzu údajov v reálnom čase, čo umožňuje firmám robiť informované rozhodnutia na základe dát. To vedie k lepšiemu predpovedaniu, rozdeľovaniu zdrojov a celkovému zlepšeniu výkonnosti.	Riziká bezpečnosti: Správa veľkého množstva údajov pomocou AI zvyšuje riziko bezpečnosti a ochrany súkromia. Existuje potenciál pre úniky údajov, hackerské útoky a zneužitie informácií zákazníkov, čo môže poškodiť podnik aj jeho klientov.
Podpora inovácií a konkurencieschopnosti: Spoločnosti, ktoré prijímajú AI, sú lepšie pripravené na rýchlu inováciu, čo im pomáha udržať si konkurencieschopnú výhodu. Nástroje AI umožňujú firmám vyvíjať nové produkty, služby a stratégie prispôsobené neustále sa meniacim požiadavkám trhu.	Vplyv na pracovné miesta: Automatizácia procesov pomocou AI môže viesť k nahradeniu pracovných miest v určitých sektoroch. Pracovníci v oblastiach náchylných na automatizáciu môžu čeliť nezamestnanosti. Na druhej strane, AI tiež vytvára nové pracovné príležitosti v oblastiach, ako je vývoj algoritmov, riadenie technológií, programovanie a údržba, čo si vyžaduje nové zručnosti a špecializáciu.

Tabuľka 1 – Výhody a obmedzenia používania AI na podnikovej úrovni

Zdroj: Ricart (2025)

Zaujímavú štúdiu vykonal aj Mehta a kol. (2025), ktorí skúmali ako adopcia technológií AI ovplyvňuje konkurencieschopnú výhodu a výkonnosť firiem. Výskum poukázal na skutočnosť, že adopcia technológií AI manažérmi je významne ovplyvnená ich osobnostnými vlastnosťami. Vlastnosti ako extrovertnosť, priateľskosť, svedomitosť a otvorenosť majú podstatné prepojenia s adopciou technológií AI, čo ovplyvňuje konkurencieschopnú výhodu a výkonnosť firiem. Z tohto výskumu vyplýva pre organizácie odporúčanie optimalizácie zloženia tímov, prispôbenie tréningových programov na základe individuálnych vlastností a zapojenia hodnotenia osobnosti do náborových procesov, aby sa zjednodušila adopcia technológií a zlepšila konkurencieschopnosť. Cieľom týchto krokov je zlepšiť integráciu AI, čo následne povedie k zvýšeniu konkurenčnej výhody a spokojnosti klientov. Tieto zistenia tiež podporil záver štúdie Almeida a kol. (2025), ktorí taktiež tvrdia, že integrácia nových technológií sa ukázala ako kľúčový faktor organizačnej efektívnosti a konkurencieschopnosti. Potvrdili, že aplikácia umelej inteligencie napr. v náborových procesoch uľahčuje rýchlejšie a presnejšie rozhodovanie spracovaním veľkých objemov údajov, minimalizovaním ľudských predsudkov a ponúkaním personalizovaných odporúčaní na zlepšenie rozvoja talentov a výberu najvhodnejších kandidátov.

Záver

Vplyv umelej inteligencie na konkurencieschopnosť podnikov je nezanedbateľný a stále rastúci. AI umožňuje podnikom zlepšiť efektivitu, produktivitu a prispôbiť sa dynamickým trhovým podmienkam, čím získavajú konkurenčné výhody. Prostredníctvom pokročilých analytických nástrojov, automatizácie procesov a personalizácie služieb dokážu podniky v rôznych oblastiach podnikania nielen optimalizovať svoje operácie, ale aj inovovať a predvídať trendy, ktoré im umožňujú rýchlejšie reagovať na zmeny na trhu.

Podniky, ktoré dokážu úspešne implementovať AI, môžu získať výhodu pred konkurenciou v oblastiach ako je napr. zákaznícka spokojnosť, znižovanie nákladov, zvyšovanie produktivity atď. Avšak úspešná integrácia AI vyžaduje nielen technologické investície, ale aj správne strategické smerovanie, vzdelávanie zamestnancov a adaptáciu na nové spôsoby práce.

V konečnom dôsledku bude schopnosť podnikov efektívne využiť potenciál umelej inteligencie kľúčovým faktorom ich dlhodobého rastu a trhovej konkurencieschopnosti a preto ak podniky dokážu AI správne začleniť do svojich procesov, budú mať väčšiu šancu zabezpečiť si udržateľný rozvoj v rýchlo sa meniacom obchodnom prostredí.

*Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:
doc. Ing. Alexandra Chapčáková, PhD.*

Príspevok vznikol za podpory projektov VEGA 1/0461/23 – „Potenciál výrobných faktorov pri dosahovaní konkurencieschopnosti poľnohospodárskych subjektov v súčasnom podnikateľskom prostredí Slovenskej republiky“ a KEGA 012PU-4/2023 – „Inovácia štruktúry, obsahu a spôsobu výučby makroekonómie v prvom stupni štúdia na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove“.

Použitá literatúra

1. AGUIAR-BARBOSA, A.D.P., CHIM-MIKI, A.F., KOZAK, M. 2021. Two decades of evolution in tourism competitiveness: A co-word analysis. In: *International Journal of Tourism Cities*. Roč. 7, č. 2, s. 435–462. ISSN 2056-5607.
2. ALMEIDA, F., JUNCA SILVA, A., LOPES, S.L., BRAZ, I. 2025. Understanding Recruiters' Acceptance of Artificial Intelligence: Insights from the Technology Acceptance Model. In: *Applied Sciences*. Roč. 15, č. 2, 746. ISSN 2076-3417.
3. BOLE, D.K., VAJJHALA, N.R. 2025. Artificial Intelligence for Supply Chain Optimization: Benefits, Challenges, and Potential Solutions. In: *Artificial Intelligence Enabled Businesses: How to Develop Strategies for Innovation*. s. 81-93. ISBN 978-139423402-8, 978-139423397-7.
4. BROEKHUIZEN, T., DEKKER, E.L., de FARIA, P., PIRK, S., NGUYEN, D.K., SOFKA, W. 2023. AI for managing open innovation: opportunities, challenges and research agenda. In: *Journal of Business Research*, Roč. 167, 114196. ISSN 0148-2963.
5. ETEMAD, H. 2025. Challenges of smaller entrepreneurial enterprises aiming to generate higher values by adopting artificial intelligence (AI) and competing in the rapidly evolving AI industry. In: *Journal of International Entrepreneurship*. [cit. 12. február 2025]. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10843-025-00385-w#citeas>

6. FELIX, G., GABRIEL, M. 2024. Artificial Intelligence-Driven Competitiveness: Enhancing SME Performance in the Global Market. [cit. 17. február 2025]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/384442301_Artificial_Intelligence-Driven_Competitiveness_Enhancing_SME_Performance_in_the_Global_Market
7. FUIOR, E., ZAVATKI, T., MAXIM, I. 2019. Competitiveness of the enterprise: the essence and methods of evaluation. In: *Anuarul Institutului de Cercetari Economice "Gheorghe Zane"*. Roč. 28, č.1, s. 33-50. ISSN 1453-4061.
8. MEHTA, P., CHAKRABORTY, D., RANA, N.P., MISHRA, A., KHORANA, S., KOOLI, K. 2025. AI-driven competitive advantage: the role of personality traits and organizational culture in key account management. In: *Journal of Business and Industrial Marketing*. Roč. 40, č.2, s. 543-569. ISSN 0885-8624.
9. PHAN, T. T. 2024. Key factors affecting enterprise competitiveness and business efficiency: A case study of tourism enterprises in vietnam. In: *Cogent Business & Management*. Roč. 11, č. (1), s. 1-26. ISSN 2331-1975.
10. PLASTINO, E., PURDY, M. 2018. Game changing value from artificial intelligence: Eight strategies. In: *Strategy & Leadership*. Roč. 46, č. 1, s. 16-22. ISSN 1087-8572.
11. PRASANTH, A., VADAKKAN, D.J., SURENDRAN, P., THOMAS, B. 2023. Role of Artificial Intelligence and Business Decision. In: *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. Roč. 14, č. 6, s. 965-969. ISSN 2158-107X.
12. RUIZ-REAL, J.L., URIBE-TORIL, J., TORRES, A.J., DE PABLO, J. 2021. In: *Journal of Business Economics and Management*. Roč. 22, č.1, s. 98-117. ISSN 1611-1699.
13. RATTEN, V., JONES, P., BRAGA, V. Artificial intelligence in international business. In: *Thunderbird International Business Review*. Roč. 66, č. 2, s. 127-133. ISSN 1520-6874.
14. RICART, M.C. 2025. Advantages and challenges of AI in companies. [cit. 20. február 2025]. Dostupné z: <https://www.esade.edu/beyond/en/advantages-and-challenges-of-ai-in-companies/>
15. ROWSELL-JONES, A., HOWARD, C. 2019. 2019 CIO Survey: CIOs have awoken to the importance of AI. [cit. 13. február 2025]. Dostupné z: <https://www.gartner.com/en/documents/3897266>
16. WOJTOWICZ, Ł., KALINOWSKA, K., WEINERT, A. 2024. The determinants of harnessing AI in shaping company's image. In: *European Research Studies*. Roč. 27, č. 4, s. 188-200. ISSN 1108-2976.

Mladá veda

Young Science

ISSN 1339-3189