

допомогти економістам, аналітикам і бізнес-лідерам приймати вірні та успішніші рішення завдяки штучному інтелекту.

ІУ. Список використаних джерел

- [1] Даньків Й.Я., Попович М.С. Штучний інтелект у бухгалтерському обліку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/53521/1/%D0%86%D0%B2%D0%BE-%D0%B0%D0%B7%D1%82%D1%83%D1%84%D0%B5%D0%B1%D0%B4%D1%80%D1%81%D0%B3-%D0%BC%D0%BF2018-102-103.pdf>.
- [2] Козаченко Л.А., Предчук О.А. Використання штучного інтелекту у сфері бухгалтерського обліку, аудиту та фінансів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.mnau.edu.ua/jsui/bitstream/123456789/10459/1/37-41.pdf>.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ

Сосновський Геннадій¹, Свєргун Марк¹, Хаустова Євгенія¹

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

E-mail: gesha777@gmail.com

АНОТАЦІЯ. У публікації розглядається вплив штучного інтелекту (ШІ) на розвиток бізнесу. ШІ змінює підходи до управління, маркетингу, обслуговування клієнтів та інших аспектів бізнесу, вносячи інновації та покращення. Основна увага приділяється аналізу можливостей, які відкриваються для компаній різних розмірів завдяки інтеграції ШІ, а також потенційним ризикам і викликам.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: Штучний інтелект, розвиток бізнесу, ризики використання ШІ.

І. Вступ

Штучний інтелект (ШІ) перетворив сфери діяльності, особливо в бізнесі, ставши каталізатором різноманітних трансформацій. Його ключова роль у створенні нових моделей ведення бізнесу, оптимізації процесів та інноваціях неocenенна. Впровадження ШІ дозволяє компаніям не лише збільшити конкурентоспроможність, а й ефективно аналізувати величезні обсяги даних, персоналізувати пропозиції для клієнтів та оптимізувати виробничі процеси. Інновації, що вносить ШІ, охоплюють різні аспекти бізнес-середовища, надаючи компаніям можливість адаптуватися до сучасних вимог ринку. Використання ШІ дозволяє підприємствам пристосовуватися до змін, оперативно реагувати на тенденції та навіть передбачати їх, роблячи крок уперед у конкурентній боротьбі.

ІІ. Як штучний інтелект (ШІ) впливає на бізнес: нові можливості і ризики

Основні інновації в обслуговуванні клієнтів із використанням ШІ включають:

1. Самообслуговування через чат-боти, миттєві та персоналізовані відповіді для покращення задоволення клієнтів та забезпечення послідовності бренду. Глобальне обслуговування незалежно від мови та місця знаходження.

2. Взаємодії клієнта-агента з підтримкою Штучного Інтелекту, який оптимізує телефонні розмови та надає негайну допомогу, використовуючи дані про клієнта. Записи про скарги використовуються для автоматизованого покращення обслуговування.

Генеративний ШІ обіцяє значні покращення в продуктивності та ефективності, зменшуючи час вирішення проблем та оптимізуючи взаємодії з клієнтами.

Завдяки ШІ маркетологи та продавці отримують дані про тренди ринку та інформацію про клієнтів з неструктурованих джерел. Вони створюють персоналізовані кампанії, залучаючи увагу клієнтів та підкреслюючи їхні індивідуальні потреби. Генеративний ШІ створювати рекламу, спрямовану на конкретні сегменти аудиторії, що покращує усвідомленість та залучення. Клієнти отримують персоналізовані рекомендації та інформацію, що полегшує їхні вибори. Віртуальні представники з продажу, засновані на ШІ, підвищують довіру та сприяють конверсіям. Клієнти залишаються вірними завдяки індивідуалізованим повідомленням та винагородам. Чат-боти підтримки клієнтів, опрацьовані ШІ, активно управляють відносинами та зменшують ситуації, які вимагають людського втручання.

Генеративний Штучний Інтелект швидко інтегрується в маркетинг і продажі, де текстова комунікація та персоналізація є ключовими. Технологія генерує персоналізовані повідомлення

для кожного клієнта та виконує завдання, такі як створення рекламних матеріалів та описів продуктів. Можливі вигоди від застосування генеративного ШІ включають ефективне створення контенту, оптимізацію SEO, поліпшене використання даних та покращений пошук продуктів з персоналізацією. Очікується, що зазначені позитивні результати будуть супроводжуватися зростанням продуктивності маркетингових функцій на 5-15% від витрат на маркетинг.

Для компаній за типом комунікацій B2B та B2C Генеративний ШІ перетворює підхід до продажів за рахунок:

1. Збільшення ймовірності продажу: Генеративний ШІ ідентифікує та ставить в пріоритет продажі, створюючи комплексні профілі споживачів зі структурованих і неструктурованих даних. Це підвищує вірогідність укладання угоди за рахунок кращої інформації про вподобання клієнта.

2. Покращення розвитку лідів: Генеративний ШІ допомагає представникам з продажу доглядати за лідами, синтезуючи інформацію та створюючи сценарії обговорень. Також автоматизує відповіді та доглядає за лідами, ефективно використовуючи час [1].

ШІ змінює економічний ландшафт, зокрема в контексті прийняття рішень у бізнесі, основна економічна цінність ШІ полягає у його здатності:

- підвищувати ефективність аналізування великих обсягів даних для прогнозування тенденцій, поведінки споживачів, ринкових змін;

- розширювати застосування прогнозів на фоні падіння вартості прогнозування, що робить можливим використання прогнозів в сферах, де це раніше було економічно невиправданим. Це означає, що ШІ може відкривати нові можливості для прийняття рішень, які не були можливі раніше;

- прискорювати процес прийняття рішень за рахунок оптимізації реорганізації процесів прийняття рішень з перенесенням прийняття рішень з людей на машини, особливо коли йдеться про задачі, що вимагають швидкого аналізу великих обсягів даних;

- впливати на процеси розробки та реалізації стратегії з отриманням відповідних конкурентних переваг. Це включає не лише підвищення ефективності та зниження витрат, але й створення нових продуктів та послуг, краще розуміння потреб клієнтів та швидше адаптування до змін на ринку.

При цьому виникають етичні та соціальні виклики, що потребують відповідального використання ШІ, включаючи питання приватності, безпеки, робочих місць та впливу на нерівність.

ШІ трансформує економіку через лінзу прогнозування, ключ до використання ШІ в бізнесі лежить не тільки в технології, але й у зрозумінні та адаптації до нових економічних реалій [2]. Компанії мають зосередитись на прикладному ШІ — тобто на конкретних застосуваннях, які можуть покращити їхні процеси, продукти та послуги. Цей підхід є більш практичним і доступним для більшості організацій, ніж спроби створити або впровадити передові технології, такі як загальний ШІ. Зокрема, ШІ як інструмент для "когнітивного посилення" працівників, а не як заміну людської праці. Зазначене може допомогти працівникам стати ефективнішими, забезпечуючи їх інструментами для кращого аналізу даних, прийняття рішень та виконання повсякденних задач. Поступове впровадження ШІ є більш ефективним, починаючи з менших проектів та експериментів, щоб зрозуміти, як найкраще використовувати ці технології у своїх унікальних умовах. Такий підхід дозволяє знизити ризики і збільшити шанси на успіх. Використання та поступове впровадження ШІ в бізнес процеси має бути поступовим з постійним аналізом результатів цього використання та можливими ризиками, рухатись від меншого впливу до все більше широкого використання, також слід розвивати обмін результатами в бізнес-середовищі з іншими компаніями, для обміну інформації та отриманого досвіду [3].

Сфери бізнесу в Україні на які ШІ впливає найбільше:

1. Автоматизація обслуговування клієнтів. Багато українських компаній використовують чат-боти на основі ШІ для автоматизації обслуговування клієнтів, зокрема для відповідей на

стандартні запитання, бронювання, замовлення товарів та послуг тощо. Це дозволяє підвищити швидкість реагування на запити клієнтів і знизити навантаження на живих операторів.

2. Оптимізація логістики та управління ланцюгами поставок. Компанії, які займаються логістикою та управлінням ланцюгами поставок, використовують алгоритми машинного навчання для оптимізації маршрутів доставки, прогнозування попиту та управління запасами. Це допомагає знижувати витрати і підвищувати ефективність.

3. Фінансові технології. У сфері фінтеху ШІ використовується для аналізу кредитоспроможності, автоматизації процесів верифікації клієнтів, управління ризиками та фінансового моделювання. ШІ допомагає банкам та іншим фінансовим установам приймати обґрунтованіші рішення і пропонувати персоналізовані фінансові продукти.

4. Агротехнології. В агросекторі України ШІ використовується для аналізу даних про погоду, стан посівів та ґрунту, допомагаючи фермерам планувати посіви, збір урожаю та внесення добрив більш ефективно. Це сприяє підвищенню врожайності та зниженню витрат.

5. Енергетика та ресурси. Компанії в енергетичному секторі використовують ШІ для прогнозування попиту на енергію, оптимізації роботи енергосистем та підвищення ефективності видобування ресурсів. Це дозволяє краще балансувати виробництво та споживання, знижуючи витрати та вплив на довкілля.

6. Роздрібна торгівля. Роздрібні мережі застосовують ШІ для аналізу поведінки споживачів, прогнозування попиту на товари, персоналізації маркетингових кампаній та оптимізації асортименту. Це допомагає збільшити продажі та покращити задоволеність клієнтів.

7. Розробка ПЗ та IT-сервіси. Україна відома своїм розвиненим IT-сектором, де ШІ використовується для створення нових продуктів, сервісів та інструментів, включно з розробкою програмного забезпечення, веб-сервісів, мобільних додатків та ігор.

Тож за своїм характером вплив ШІ на бізнес можна поділити на позитивний та негативний:

1. Позитивний вплив:

- Інновації та розвиток продуктів: ШІ стимулює інновації в багатьох секторах, включаючи фінанси, Агро технології, IT-сервіси та виробництво. Компанії інтегрують ШІ для розробки нових продуктів та послуг, що відкриває нові ринкові ніші і забезпечує конкурентні переваги.

- Оптимізація операцій: ШІ допомагає українським підприємствам оптимізувати виробничі процеси, логістику, управління ланцюгами поставок та обслуговування клієнтів, знижуючи витрати та підвищуючи ефективність.

- Підвищення якості аналітики: Використання алгоритмів машинного навчання і глибинного навчання для аналізу великих обсягів даних дозволяє компаніям отримувати глибші інсайти, приймати обґрунтовані рішення та прогнозувати тенденції ринку.

- Розвиток екосистеми стартапів: Україна має потужну IT-індустрію і велику кількість талановитих розробників. ШІ стимулює зростання технологічних стартапів, які пропонують інноваційні рішення на міжнародному ринку.

2. Негативний вплив (виклики та проблеми):

- Необхідність кваліфікованих кадрів: Розвиток ШІ вимагає висококваліфікованих спеціалістів в області даних, програмування та аналітики. Забезпечення таких кадрів є викликом для української освіти та бізнесу.

- Інвестиції: Початкові інвестиції в технології ШІ можуть бути значними, що є бар'єром для малого та середнього бізнесу.

- Етика та конфіденційність: Впровадження ШІ порушує питання етики, приватності та захисту даних, вимагаючи ретельного регулювання та впровадження стандартів безпеки.

- Залежність від зовнішніх технологій: Багато українських компаній залежать від зовнішніх постачальників ШІ-платформ та інструментів, що може обмежувати їхню гнучкість та інноваційний потенціал.

III. Висновки

Історія показує, що нові технології можуть перетворювати суспільства. ШІ вже змінив наше життя та бізнес. Проте, в основному ШІ має генеративний характер, оптимізуючи бізнес-процеси чи роблячи рекомендації щодо наступного товару для покупки та змінюючи характер праці.

Впровадження ШІ в бізнес в Україні продовжує розширюватися, пропонуючи компаніям нові шляхи для зростання та інновацій. При цьому важливо враховувати потенційний вплив на робочі місця, а також забезпечувати безпеку та конфіденційність даних.

Загалом, вплив ШІ на бізнес в Україні є значним і має як величезний потенціал для розвитку та зростання, так і певні виклики, які потребують уваги та вирішення. Успішна інтеграція ШІ в українську економіку вимагатиме від компаній, уряду та освітніх інституцій спільних зусиль для подолання цих викликів.

IV. Список використаних джерел

- [1] Michael Chui, Eric Hazan, Roger Roberts, Alex Singla, Kate Smaje, Alex Sukharevsky, Lareina Yee, Rodney Zimmel, “The economic potential of generative AI The next productivity frontier”, June 2023 <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-AI-the-next-productivity-frontier#introduction>
- [2] Ajay Agrawal, Joshua Gans, i Avi Goldfarb, «Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence», Harvard Business Review Press, 2022.
- [3] Davenport, Thomas H., “The AI Advantage How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work”, Cambridge, MA, MIT Press, 2018.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: РУШІЙ ІННОВАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Стасовська Галина¹

¹Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна, galynastasovska@gmail.com

АНОТАЦІЯ. У публікації проаналізовано питання використання штучного інтелекту (ШІ) провідними компаніями світу, такими як: Amazon, Netflix, Google, Tesla, Airbnb, McDonald's, H&M. Зокрема, наведені конкретні приклади використання ШІ в роботі компаній McDonald's та H&M. Описано ключові сфери де ШІ використовується інноваційними компаніями, зокрема, автоматизація, аналітика даних, персоналізація, розробка нових продуктів, підвищення ефективності. Вказано на переваги інноваційних компаній, які впроваджують ШІ-технології, такі як: підвищення конкурентоспроможності, що дозволяє компаніям випереджати конкурентів за рахунок більш швидкого та ефективного впровадження інновацій; збільшення доходів - це допомагає компаніям збільшити продажі за рахунок персоналізації продуктів та послуг, а також покращити обслуговування клієнтів; зниження витрат, що дозволяє автоматизувати процеси, наслідком чого є зниження витрат на робочу силу та інших витрат; покращення обслуговування клієнтів, ШІ дозволяє компаніям краще розуміти потреби клієнтів та пропонувати їм персоналізований досвід; розробка нових продуктів і послуг, ШІ допомагає компаніям розробляти нові продукти та послуги, які краще відповідають потребам клієнтів; підвищення ефективності, ШІ дозволяє компаніям оптимізувати свою діяльність та збільшити продуктивність. Враховуючи зазначене, у публікації підсумовано, що ШІ - це потужний інструмент, який може допомогти інноваційним компаніям досягти значного успіху. Впровадження ШІ-технологій може призвести до підвищення конкурентоспроможності. Тому, ШІ є потужним інструментом, який може допомогти компаніям стати більш інноваційними та ефективними. Інтеграція ШІ з іншими інноваціями, такими як приміром робототехніка, інтернетом речей та доповненою і віртуальною реальністю може зробити його ще більш ефективним та допомогти компаніям досягти значного успіху. Однак важливо усвідомлювати й виклики, пов'язані з використанням ШІ, такі як висока вартість, необхідність у кваліфікованих кадрах, етичні питання та ризик упередженості алгоритмів. Відтак, питання полягає не в тому, чи може штучний інтелект мати вплив, а скоріше в тому, чи правильно компанії використовують штучний інтелект для випадків використання, які потенційно можуть створити реальну цінність бізнесу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: штучний інтелект, інноваційні компанії, впровадження інновацій, інкрементальні інновації.

I. Вступ

Сучасний бізнес-світ динамічно змінюється, і для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, компаніям необхідно постійно впроваджувати інновації. Штучний інтелект (ШІ) стає рушієм інновацій, що дає можливість компаніям автоматизувати процеси, персоналізувати досвід клієнтів, розробляти нові продукти та послуги, а також оптимізувати свою діяльність.