

Марина ЧУЙКО

*к.т.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,*

Maryna CHUIKO

*candidate of technical sciences, associate professor,
Associate Professor of the Department of Marketing and Trade Entrepreneurship,
V. N. Karazin Kharkiv National University,
maryna.chuiko@karazin.ua*

ШЛЯХИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

WAYS TO USE ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BUSINESS

Анотація. Розглянуто перспективні шляхи використання штучного інтелекту в підприємстві. Особливу увагу приділено інструментам ШІ, що використовуються для генерації контенту, маркетингових цілей, збуту, обслуговування клієнтів тощо. Наведено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок використання штучного інтелекту.

Ключові слова: штучний інтелект, підприємництво, інструменти штучного інтелекту, автоматизація, ефективність, конкурентоспроможність.

Abstract. The article considers promising ways of using artificial intelligence in business. Particular attention is paid to AI tools used for content generation, marketing purposes, sales, customer service, etc. The article provides recommendations for improving the competitiveness of enterprises through the use of artificial intelligence.

Keywords: artificial intelligence, entrepreneurship, artificial intelligence tools, automation, efficiency, competitiveness.

Штучний інтелект (ШІ) продовжує отримувати широке впровадження в галузях і бізнес-функціях, а також змінювати принципи роботи компаній. Від маркетингу до людських ресурсів, штучний інтелект використовується в усіх організаціях для автоматизації завдань, покращення аналізу даних і більш швидкого прийняття обґрунтованих рішень. Замість того, щоб замінювати працівників, штучний інтелект використовується для зменшення кількості повторюваної роботи, підвищення ефективності та максимізації людського потенціалу, допомагаючи працівникам і компаніям у різних галузях працювати більш стратегічно. Тому завдання дослідження полягає у вивченні перспективних шляхів використання штучного інтелекту в бізнесі.

ШІ має багато варіантів використання та переваг для бізнесу. Згідно з дослідженнями, станом на початок 2024 року 72% підприємств застосували ШІ принаймні в одній бізнес-функції [1]. Кожна роль має повторювані завдання вручну, такі як перевірка електронної пошти, введення даних і створення звітів. ШІ може допомогти автоматизувати рутинні завдання, що максимізує продуктивність, зменшує ризик людської помилки та стимулює залучення членів команди, дозволяючи їм зосередити свій час на більш значущій роботі.

Опитування 450 фінансових керівників у 2024 році, показало, що компанії все частіше звертаються до автоматизації ШІ для оптимізації бізнес-процесів. Згідно з опитуванням, 40% респондентів сказали, що їхні підприємства використовували інструменти ШІ для

автоматизації завдань співробітників протягом 12 місяців, що передували опитуванню, тоді як 54% планують використовувати ШІ для автоматизації завдань у наступні 12 місяців [2].

Залежно від того, які завдання підприємство збирається автоматизувати за допомогою ШІ, доступний широкий спектр інструментів для різних бізнес-функцій і випадків використання, таких як чат-боти для обслуговування клієнтів, системи відстеження кандидатів для найму та платформи для розрахунку заробітної плати для бухгалтерського обліку.

Інструменти ШІ можуть обробляти й аналізувати величезні обсяги даних зі швидкістю та масштабом, які значно перевищують людські можливості. У результаті штучний інтелект може допомогти визначити закономірності, поведінку та тенденції, які можуть бути не відразу помітні аналітикам, що допомагає передбачити майбутні результати на основі існуючих даних. Згідно з дослідженнями [3], 62% опитаних керівників вищої ланки сказали, що генеруючий штучний інтелект є головним пріоритетом організації. На основі аналізу розширеної аналітики даних штучний інтелект також може сприяти покращенню процесу прийняття рішень, допомагаючи виявляти нові можливості для бізнесу, позначати робочі перешкоди, визначати ефективні способи персоналізації пропозицій і охоплення на основі даних клієнтів, а також готуватися до потенційних викликів.

ШІ може допомогти підвищити ефективність бізнесу в різних галузях і в підрозділах підприємства. Опитування маркетологів B2B, показало, що станом на 2024 рік 82% організацій використовують ШІ для створення контенту. Згідно з опитуванням, інструменти на основі ШІ допомагають виконувати такі завдання, як пропозиції тем, оптимізація заголовків і створення початкових чернеток [4]. Деякі з переваг використання штучного інтелекту для створення контенту включають: підвищена продуктивність і масштабованість; творче натхнення для мозкового штурму та висування нових ідей перед розробкою контенту; аналітика відстежує перегляди сторінок, поширення в соціальних мережах і рівень залучення, щоб допомогти оптимізувати стратегії створення вмісту.

Інструменти ШІ використовуються маркетинговими командами для аналізу даних, виявлення тенденцій і моделей клієнтів, оптимізації маркетингових кампаній і стратегій, покращення взаємодії з клієнтами. Використовуючи інструменти ШІ, підприємства можуть створювати профілі клієнтів, сегментуючи клієнтів за категоріями залежно від їх поведінки, уподобань і демографічних показників. На основі профілів клієнтів маркетингові команди можуть персоналізувати обмін повідомленнями та комунікацію, щоб висвітлити продукти, послуги чи рекламні акції, які найбільше відповідають конкретним сегментам клієнтів. Маркетологи можуть використовувати прогнозу аналітику для виявлення закономірностей і тенденцій на основі даних про клієнтів, що дозволяє командам ефективніше прогнозувати, які стратегії чи кампанії можуть бути найефективнішими в майбутньому.

Прогностична аналітика та алгоритми на основі ШІ дозволяють командам продажів краще розуміти поведінку та вподобання клієнтів, а також автоматизувати й покращувати операції з продажу. ШІ може допомогти змінити спосіб взаємодії компаній із клієнтами, визначити релевантну інформацію та покращити взаємодію з клієнтами. Деякі переваги використання ШІ для обслуговування клієнтів включають швидший час відповіді, цілодобову доступність і підтримку, а також можливості пропонувати індивідуальні рішення на основі конкретних потреб клієнтів. Чат-боти на основі ШІ використовують обробку природної мови та машинне навчання для спілкування з клієнтами в режимі реального часу. Багато веб-сайтів і додатків, орієнтованих на споживачів і сектор B2B, у різних галузях включають чат-боти на основі ШІ, щоб швидко відповідати на запитання клієнтів, пропонувати персоналізовані рекомендації та надавати підтримку. Чат-боти пропонують клієнтам допомогу, не чекаючи на доступного представника, а також можуть направляти клієнтів до потрібного агента чи каналу, коли це необхідно.

ШІ може принести користь командам з кібербезпеки, допомагаючи їм випереджати кіберзлочинців, автоматизувати виявлення загроз і швидко реагувати на новітні ризики.

Хоча штучний інтелект може підвищити ефективність і покращити її з точки зору кібербезпеки, інструменти штучного інтелекту можуть створювати ризики для безпеки та конфіденційності.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно інвестувати в навчання персоналу для ефективного використання ШІ, забезпечити безпеку даних та дотримуватися етичних норм при використанні ШІ, постійно адаптуватися до нових технологій та трендів у галузі ШІ. Адже впровадження ШІ може стати ключовим фактором успіху для підприємств у сучасному конкурентному середовищі.

Таким чином, інтегруючи штучний інтелект у бізнес, підприємство може заощадити час, скоротити витрати, використати розширені дані для покращення прийняття рішень і дати членам команди можливість зосередитися на більш стратегічних пріоритетах.

Література

1. The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value. May 30, 2024. Survey. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
2. U.S. Companies Ramp Up Automation and AI as Inflation Persists. Data & Results. 2024. URL: https://www.richmondfed.org/research/national_economy/cfo_survey/data_and_results/2024/20240620_data_and_results
3. Leadership and AI Survey Analysis: What Data Leaders Need to Know. 2024. URL: <https://www.dataleadershipcollaborative.com/data-leadership/2024-leadership-and-ai-survey-analysis-what-data-leaders-need-know>
4. Benchmark Study: AI in B2B Marketing. 2024. URL: <https://demandspring.com/research/2024-benchmark-study-ai-in-b2b-marketing/>

References

1. The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value. May 30, 2024. Survey. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
2. U.S. Companies Ramp Up Automation and AI as Inflation Persists. Data & Results. 2024. URL: https://www.richmondfed.org/research/national_economy/cfo_survey/data_and_results/2024/20240620_data_and_results
3. Leadership and AI Survey Analysis: What Data Leaders Need to Know. 2024. URL: <https://www.dataleadershipcollaborative.com/data-leadership/2024-leadership-and-ai-survey-analysis-what-data-leaders-need-know>
4. Benchmark Study: AI in B2B Marketing. 2024. URL: <https://demandspring.com/research/2024-benchmark-study-ai-in-b2b-marketing/>