

Віталій СЕРБІН

здобувач наукового ступеня PhD,

асистент кафедри маркетингу,

Національний університет «Одеська політехніка»

vit.sadovsky@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR ELECTRONIC COMMERCE ENTERPRISES

Огляд ринку e-commerce у світі показує, що цей сектор стрімко росте і стає все більш важливим для бізнесу та споживачів. Ось кілька ключових тенденцій:

1. Загальний обсяг глобального ринку e-commerce зростає швидким темпом 8-10% на рік. За оцінками, у 2023 році він досягне понад 6,3 трильйона доларів США. [1].

2. Китай є найбільшим ринком e-commerce у світі. Ця країна має найбільшу кількість інтернет-користувачів та масово використовує онлайн-платформи для покупок.

3. Мобільна електронна комерція стає все популярнішою. Більшість покупок здійснюється через мобільні пристрої, а додатки для покупок є незамінними інструментами для багатьох споживачів.

4. Соціальна торгівля також набирає обертів. Більше брендів та роздрібних компаній використовують соціальні мережі, такі як Instagram та Facebook, для просування та продажу своїх товарів.

5. Персоналізований досвід покупки стає все важливішим. Багато компаній використовують штучний інтелект та аналітику, щоб зрозуміти вподобання та поведінку споживачів та запропонувати їм рекомендації та персоналізований контент.

6. Зростання міжнародної торгівлі. Завдяки зручності та доступності інтернет-торгівлі, бізнеси можуть легко продавати свої товари та послуги за межами своєї країни, що веде до збільшення міжнародної торгівлі.

Ці тенденції призводять до все більшої потреби в використанні штучного інтелекту в електронній торгівлі для покращення її комерційної ефективності та задоволення кінцевого споживача. Також збільшена кількість даних, які треба аналізувати та систематизувати, призводить до поширення автоматизованих алгоритмів у маркетингових активностях в цій галузі.

Штучний інтелект має потенціал для великої кількості напрямів в електронній торгівлі. Деякі з них включають:

1. Персоналізація та рекомендації: Штучний інтелект може аналізувати дані про покупців, їхню поведінку та вподобання для надання персоналізованих пропозицій і рекомендацій товарів або послуг.

2. Семантичний аналіз та обробка мови: Штучний інтелект може аналізувати та розуміти текстові дані, такі як відгуки покупців або описи товарів, для покращення пошуку товарів, підтримки клієнтів та автоматичного створення контенту.

3. Управління запасами та планування: Штучний інтелект може прогнозувати попит на товари, здійснювати оптимальне управління запасами та автоматичне планування поставок.

4. Автоматизоване обслуговування клієнтів: Штучний інтелект може використовуватися для автоматизації процесів обслуговування клієнтів через чат-боти, віртуальних помічників та інші інструменти.

5. Оптимізація ціноутворення: Штучний інтелект може аналізувати дані про конкурентний ринок, цінування товарів та поведінку покупців для оптимізації стратегії ціноутворення.

6. Прогнозування тенденцій та аналітика: Штучний інтелект може аналізувати дані про ринок, тренди попиту та інші фактори для прогнозування тенденцій і роботи з аналітикою.

7. Написання описів товарів в інтернет-магазині за допомогою штучного інтелекту є інноваційним підходом, який допомагає автоматизувати цей процес і полегшує завдання для власників магазинів. Використання штучного інтелекту дозволяє створити інформативні, точні і оптимізовані для SEO описи товарів з мінімальними зусиллями [2].

Переваги використання штучного інтелекту, наприклад, для написання описів товарів включають:

1. Ефективність: Штучний інтелект може обробляти великі обсяги даних і швидко створювати описи товарів, що дозволяє економити час і зусилля.

2. Точність: Системи штучного інтелекту можуть аналізувати дані і створювати описи товарів з високою точністю, запобігаючи помилкам і неточностям, які можуть виникнути при людському написанні.

3. Персоналізація: За допомогою штучного інтелекту можна створити описи товарів, які більш точно відповідають потребам і смакам окремих клієнтів, враховуючи їхні покупкові звички і персональні вподобання.

4. Оптимізація SEO: Штучний інтелект може автоматично вибирати ключові слова й фрази, які допоможуть оптимізувати рейтинг товарів у пошукових системах, забезпечуючи більшу видимість вашого магазину.

Ці напрямки лише кілька з численних способів, якими штучний інтелект може бути застосований в електронній торгівлі. Використання штучного інтелекту може допомогти підвищити ефективність та персоналізацію досвіду покупців, а також оптимізувати операційні процеси для бізнесу.

Список використаних джерел

1. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2026. URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (дата звернення 05.10.23).
2. Yingrui Xi. Values of artificial intelligence in marketing. URL: https://scholarsmine.mst.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=9013&context=masters_theses (дата звернення 05.10.23).