

Канд. екон. наук Тростянська К. М., Дрік І. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ ТА ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ
У ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ:
ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ТРАДИЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

Використання штучного інтелекту (ШІ) охоплює широкий спектр сфер діяльності, зокрема електронну комерцію, фінанси, логістику, охорону здоров'я, виробництво та сферу обслуговування. У контексті електронної комерції інформаційні системи, що застосовують ШІ, сприяють прогнозуванню поведінки споживачів, оптимізації цінової політики та покращенню обслуговування клієнтів [1]. У фінансовому секторі інтелектуальні алгоритми застосовуються для оптимізації інвестиційних рішень, виявлення шахрайських дій та автоматизованого аналізу кредитних ризиків. У сфері логістики автоматизовані системи управління складськими запасами та оптимізації маршрутів сприяють зниженню витрат і підвищенню швидкості доставки. Завдяки інтеграції роботизованих систем та прогнозного обслуговування обладнання, виробництво отримує суттєві переваги, оскільки завдяки цьому зменшується складність процесів і підвищується продуктивність.

В цілому, автоматизація та впровадження інтелектуальних систем сприяють підвищенню ефективності бізнес-процесів, зменшенню витрат та забезпеченню конкурентних переваг. У майбутньому прогнозується подальше розширення сфер застосування розумних машин, зокрема в управлінні, бізнес-аналітиці, кібербезпеці та енергетичному секторі, що сприятиме сталому розвитку підприємств.

Персоналізація на основі штучного інтелекту в електронній комерції є одним із активно досліджуваних напрямків як в Україні, так і за її межами. ШІ є важливим інструментом для підвищення лояльності клієнтів та оптимізації бізнес-процесів. Автоматизоване мислення надає компаніям можливість аналізувати великі обсяги даних, що стосуються поведінки споживачів, і на

основі цього розробляти персоналізовані пропозиції задля покращення взаємодії з клієнтами. Як наслідок, це призводить до підвищення конкурентоспроможності, оскільки компанії отримують перевагу над своїми конкурентами.

Застосування сучасних алгоритмів забезпечує можливість індивідуального підходу до кожного клієнта, що є надзвичайно важливим у сучасному цифровому середовищі [3; 5]. Дослідження Коноплянникової М. демонструє позитивний вплив персоналізованих рекомендацій та адаптивного веб-дизайну на поведінку клієнтів, що сприяє підвищенню лояльності до бренда [4].

Дослідження, проведене авторами Лошенко І.Р., Рябоконь В.В. та Коваленко-Савчук Д.П., демонструє, що впровадження ІІІ в маркетингові стратегії сприяло збільшенню показників взаємодії на 20–30% та підвищенню коефіцієнтів конверсії на 15–25% [2]. Це підкреслює здатність цифрового розуму аналізувати дані в реальному часі та адаптувати контент відповідно до вподобань споживачів [2]. Музиченко Т.О., Скорба О.А. та Шевчук А.А. зазначають, що швидка обробка даних і автоматизація забезпечуються завдяки застосуванню ІІІ [1]. Це дозволяє підприємствам аналізувати великі обсяги даних у режимі реального часу, що надає керівництву можливість приймати більш обґрунтовані рішення. Крім того, автоматизація бізнес-процесів сприяє підвищенню продуктивності, зниженню витрат та зменшенню впливу людського фактора. Основними сферами автоматизації є:

- 1) інтелектуальне управління запасами, яке прогнозує потреби та запобігає надлишкам;
- 2) оптимізація логістики шляхом автоматизації планування маршрутів, що зменшує витрати на доставку та скорочує час виконання замовлень;
- 3) автоматизація обслуговування клієнтів, зокрема за допомогою віртуальних асистентів і чат-ботів, що підвищує якість і швидкість взаємодії;
- 4) ідентифікація фінансових ризиків, включаючи виявлення шахрайських транзакцій та аналіз кредитоспроможності клієнтів [4].

Дослідження продемонструвало високу ефективність використання інтелектуальних систем для автоматизації процесів, покращення взаємодії з клієнтами

та зниження витрат. Незважаючи на те, що ШІ може суттєво підвищити конкурентоспроможність компаній, його впровадження вимагає ретельного планування. Таким чином, ШІ має значний потенціал для розвитку сучасного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Музиченко Т.О., Скорба О. А., Шевчук А.А. Штучний інтелект як засіб оптимізації бізнес-процесів в електронній комерції. *Академічні візії*. 2023. Вип. 25. С. 9–11. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/696>.
2. Лошенко І.Р., Рябоконь В.В., Коваленко-Савчук Д.П. Аналіз ефективності використання штучного інтелекту в персоналізації маркетингових стратегій. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14171833>.
3. Пономаренко І. Штучний інтелект у цифровому маркетингу. *Scientia fructuosa*. 2023. № 1. С. 58–70. [https://doi.org/10.31617/1.2024\(155\)04](https://doi.org/10.31617/1.2024(155)04)
4. Коноплянникова М. Персоналізація як стратегія лояльності в електронній комерції. *International Scientific-Practical Journal Commodities and Markets*, 2024. Вип. 2. С. 4–26. [https://doi.org/10.31617/2.2024\(49\)01](https://doi.org/10.31617/2.2024(49)01).
5. Струнгар А. Вплив штучного інтелекту на стратегії цифрового маркетингу: поточні можливості та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-160>.

Харакоз Л. В., Григор'єва П. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

У ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ОБЛІКУ

Розвиток цифрових технологій суттєво змінив підхід до ведення бухгалтерського обліку за останні роки. Впровадження таких технологій як блокчейн, штучний інтелект та автоматизованих систем не лише збільшує швидкість обробки даних, а й покращує їх точність. Ці технології дають глибше розуміння фінансових показників. Штучний інтелект (ШІ) значно трансформує сучасний бізнес, впливаючи на всі аспекти діяльності, включаючи бізнес, аналітику та бухгалтерський облік. Використання ШІ уможливлює автоматизацію рутинних завдань, аналіз великих обсягів даних, підвищення точності прогнозування та прийняття рішень. Розвиток технології ШІ відкриває