

*Дзвоник Р.Я.,
аспірант кафедри економіки підприємств та інвестицій,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

*Колещук О.Я., д.е.н., доцент,
завідувач кафедри економіки підприємств та інвестицій,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО НАВЧАННЯ У БІЗНЕСІ: ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ СИСТЕМ ТА АЛГОРИТМІВ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ, ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ

У сучасному бізнес-середовищі, насиченому великими обсягами даних та вимогами до ефективності, штучний інтелект та машинне навчання стають необхідними інструментами для досягнення конкурентної переваги та створення цифрово зорієнтованого підприємства.

Перш за все, розглянемо зростаючу роль штучного інтелекту та машинного навчання в бізнес-середовищі. Інтелектуальні системи та алгоритми забезпечують підприємствам можливість автоматизувати рутинні та повторювані завдання, зменшуючи витрати ресурсів і підвищуючи продуктивність [1]. Завдяки аналізу великих обсягів даних та застосуванню алгоритмів машинного навчання, компанії можуть отримувати цінні інсайти та прогнозувати тенденції, що сприяє покращенню прийняття стратегічних та виробничих рішень.

Другим важливим аспектом є автоматизація бізнес-процесів з використанням штучного інтелекту. Штучний інтелект дозволяє підприємствам автоматизувати процеси, що раніше вимагали значних людських зусиль. Наприклад, робота з клієнтами, обробка та аналіз великих обсягів даних, контроль за виробництвом та логістикою – все це може бути покладено на плечі інтелектуальних систем [1]. Це дозволяє підприємствам заощаджувати час та

ресурси, а також зменшує ймовірність помилок, пов'язаних з людським фактором. Крім того, використання штучного інтелекту та машинного навчання сприяє вдосконаленню прийняття рішень в бізнесі. За допомогою алгоритмів машинного навчання можна аналізувати складні дані, виявляти закономірності та залежності, що допомагає приймати обґрунтовані та стратегічно обдумані рішення. Наприклад, у сфері маркетингу штучний інтелект може аналізувати поведінку клієнтів, виявляти їхні вподобання та інтереси, що дозволяє створювати персоналізовані маркетингові кампанії та збільшувати ефективність комунікації з клієнтами [2].

Останнім, але не менш важливим аспектом є забезпечення персоналізації за допомогою штучного інтелекту. Інтелектуальні системи можуть аналізувати дані про клієнтів, їхні вподобання, покупки та інші аспекти, щоб створювати унікальні та індивідуальні пропозиції. Це дозволяє підприємствам створювати глибше зв'язок з клієнтами, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Наприклад, у роздрібній торгівлі штучний інтелект може аналізувати покупки та поведінку клієнтів, щоб створювати персоналізовані рекомендації та акційні пропозиції, що підвищує лояльність клієнтів та покращує їхнє задоволення від покупок [3].

Отже, використання штучного інтелекту та машинного навчання виявляється необхідним для досягнення конкурентних переваг та створення цифрово зорієнтованого підприємства. Інтелектуальні системи та алгоритми машинного навчання дозволяють підприємствам автоматизувати процеси, удосконалювати прийняття рішень та забезпечувати персоналізацію. Персоналізація ж, в свою чергу, стає ключовим фактором успіху в бізнесі, і штучний інтелект є потужним інструментом для створення унікальних та індивідуальних пропозицій для клієнтів. Аналіз поведінки клієнтів та їхніх

вподобань допомагає розуміти їхні потреби та надавати персоналізовану підтримку, що сприяє зміцненню відносин та підвищенню задоволення клієнтів.

Однак, необхідно пам'ятати про етичні аспекти використання штучного інтелекту та машинного навчання. Важливо забезпечити прозорість та відповідальність в процесі використання цих технологій, враховуючи усі потенційні негативні наслідки, які можуть виникнути, таких як нерівноправність, порушення приватності та втручання у особисті справи [4]. Саме тому, важливо зберігати баланс між використанням цих технологій та етичними аспектами.

Майбутнє розвитку штучного інтелекту та машинного навчання у бізнесі потребує досліджень, інновацій та співпраці між галузями. Тільки шляхом постійного вдосконалення та вирішення викликів, пов'язаних з цими технологіями, ми зможемо максимально використовувати їх потенціал і побудувати майбутнє, в якому штучний інтелект та машинне навчання стануть необхідною складовою успішного бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Mesenbourg T.L. Measuring the Digital Economy. – U.S. Bureau of the Census, <http://www.census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/digitalecon.pdf>.
2. A future that works: automation, employment, and productivity. – McKinsey Global Institute, January 2017.
3. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. – К. : НАУ, 2022. – С. 173-178.
4. Artificial Intelligence Innovation Deloitte Report/
[URL:https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Innovation/Artificial-Intelligence-Innovation-Report-2018-Deloitte.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/Innovation/Artificial-Intelligence-Innovation-Report-2018-Deloitte.pdf).