

УДК 621.326

Мушинська Г. – ст.гр. СН-41

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **АКТУАЛЬНІСТЬ ЧАТ-БОТУ У СФЕРІ БІЗНЕСУ**

Науковий керівник: д.е.н, проф. Струтинська І.В.

Mushynska H.

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

## **RELEVANCE OF CHATBOT IN THE FIELD OF BUSINESS**

Supervisor: Iryna Strutynska

Ключові слова: Чат-бот, бізнес, клієнт

Keywords: Chatbot, business, client

У сучасному світі бізнес-організації різних форм власності часто зустрічаються з диверсифікованими проблемами, зокрема, з понаднормовими витратами, недостатньою підтримкою, супроводом клієнтів та зменшенням ефективності діяльності тощо. Для того, щоб покращити надання послуг та у свою чергу зробити підприємство економічно прогресивним, конкурентоспроможним не достатньо покращити виробничі процеси, а потрібно зробити новий крок для розвитку бізнесу, залучити та інтегрувати у власні бізнес-процеси дієві цифрові маркетингові інструменти.

Одне з найбільш поширених питань у бізнесі – обслуговування клієнтів. Чат-боти у цьому випадку допомагають не лише скоротити витрати, але також збільшити точність даних та зменшити затримку у відповіді клієнту на його запит. Згідно з даними американського журналу Forbes, 80% маркетологів планують використовувати чат-боти у своїх бізнес-процесах вже у 2021 році, що підтверджує актуальність даного цифрового інструменту. Тому, можна впевнено спрогнозувати, що в майбутньому чат-боти витіснять звиклі інструменти, телефонні розмови та e-mail-листування.

На разі, основною проблемою введення чат-боту бізнесом є недовіра клієнтів до даного інструменту, адже вітчизняне суспільство все ще надає перевагу людському ресурсу понад штучним інтелектом. І хоча ця технологія ще не скоро зможе замінити електронну пошту та телефонний зв'язок повністю, оскільки деякі питання потребують людського втручання, чат-боти є технологією, яка допомагає подолати «вузькі місця» у каналах комунікації та покращити роботу організації.

Щоб створити ефективний чат-бот потрібно визначити бізнес-вимоги компанії, зрозуміти основні та допоміжні бізнес-процеси. Він має не лише їм відповідати, але й вирішувати поставлену проблему. Не менш важливим є вибір правильної платформи для реалізації та інтегрування чат-боту. Інтерфейс повинен бути зрозумілим для клієнтів, а платформа бути надійною з точки зору інфраструктурного забезпечення.

Боти зі штучним інтелектом стали необхідною частиною маркетингової стратегії, що допомагає раціонально налагодити комунікаційну складову бізнесу, забезпечити взаємодію із цільовою аудиторією 24/7. В найближчому майбутньому, за допомогою штучного інтелекту, боти будуть більш вдосконалені, а люди в свою чергу знайдуть інші способи для їхнього використання і застосування не лише у бізнесі, але і у всіх сферах життя. Таким чином, можна впевнено стверджувати, що технологія чат-ботів радикально трансформує методи взаємодії бізнесу з клієнтами.