

УДК 339.13:004.8:658

Ференц Віра

студентка 3 курсу

спеціальності «Підприємництво та торгівля»

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль

Науковий керівник: Тимошик Наталія

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

м. Тернопіль

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Інтенсивний розвиток цифрових технологій у XXI столітті спричинив фундаментальні зміни в структурі економіки, бізнес-середовищі та поведінці споживачів. Серед інноваційних технологій, які мають найбільший трансформаційний потенціал, провідне місце посідає штучний інтелект (ШІ). Застосування інтелектуальних систем значно змінює характер функціонування підприємств, зокрема у сфері торгівлі, де традиційні бізнес-моделі поступово трансформуються у бік автоматизації, персоналізації послуг та аналітики даних у реальному часі.

Метою дослідження є аналіз впливу ШІ на трансформацію бізнес-моделей торговельних підприємств, визначити ключові переваги, ризики і бар'єри впровадження інтелектуальних технологій та окреслити перспективи їх розвитку з урахуванням міжнародного та українського досвіду.

У роботі використано загальнонаукові та прикладні методи дослідження: аналіз наукових публікацій та нормативних документів, кейс-метод (вивчення практик міжнародних і вітчизняних компаній), порівняльний аналіз рівнів цифровізації бізнесу, а також методи систематизації та узагальнення емпіричних даних.

Штучний інтелект дедалі активніше інтегрується в діяльність торговельних підприємств, змінюючи операційні процеси, механізми обслуговування клієнтів, підходи до управління товарними запасами та маркетингові стратегії. Застосування чат-ботів, віртуальних помічників, інтелектуальних систем прогнозування попиту, технологій розпізнавання зображень і обробки природної мови дозволяє суттєво підвищити ефективність і скоротити витрати.

Особливої актуальності набуває використання систем персоналізованих рекомендацій, що аналізують поведінку споживачів і підбирають товари відповідно до їхніх індивідуальних уподобань. Такі підходи дозволяють підвищити задоволеність клієнтів, рівень продажів і лояльність до бренду. Також інтелектуальні алгоритми активно застосовуються для оптимізації логістики, управління ланцюгами постачання та автоматизованого ціноутворення.

Прикладами успішного впровадження ШІ в торгівлі є такі компанії, як Amazon, Alibaba, Walmart, які використовують інтелектуальні рішення у всіх ланках бізнес-моделі — від складських процесів до взаємодії з кінцевим споживачем. Вони демонструють високу ефективність у роботі з великими обсягами даних, реалізують складні системи прогнозування і динамічного ціноутворення, що дозволяє їм підтримувати конкурентні переваги.

На фоні глобальних трендів вітчизняні торговельні підприємства також починають інтегрувати ІІІ-технології, зокрема в онлайн-канали продажів, електронну логістику та аналітику клієнтських даних. Однак рівень впровадження залишається фрагментарним і переважно зосередженим у великих компаніях або міжнародних мережах, які мають доступ до відповідних інвестицій та технологій.

Серед основних переваг використання ІІІ варто виділити:

- підвищення точності прогнозів попиту;
- автоматизацію рутинних операцій;
- зменшення витрат на обслуговування клієнтів;
- покращення досвіду покупця за рахунок персоналізації;
- протидію шахрайству через аналіз транзакцій у реальному часі.

Водночас застосування ІІІ у сфері торгівлі супроводжується низкою ризиків та обмежень. До них належать:

- високі фінансові витрати на розробку та інтеграцію рішень;
- складність адаптації технологій до застарілих систем;
- недостатній рівень цифрової грамотності персоналу;
- ризики витоку персональних даних та кібербезпеки; – правові та етичні виклики (упередженість алгоритмів, прозорість рішень, дотримання прав споживачів).

Значним викликом є й опір персоналу, пов'язаний зі страхами щодо втрати робочих місць. Це вимагає реалізації програм з перекваліфікації, навчання та адаптації працівників до нових умов праці в цифровому середовищі.

Штучний інтелект є ключовим чинником трансформації бізнес-моделей у сфері торгівлі. Його впровадження сприяє підвищенню ефективності, гнучкості та інноваційності підприємств. Проте досягнення позитивного ефекту потребує стратегічного планування, інвестицій у інфраструктуру, підвищення цифрової культури та формування нормативно-правової бази, що враховувала б як економічні, так і етичні аспекти використання інтелектуальних систем.

У найближчій перспективі можна очікувати подальше зростання ролі ІІІ в торгівлі. Компанії, які зможуть ефективно адаптуватися до нових технологічних умов, отримають сталу конкурентну перевагу. Водночас ті суб'єкти господарювання, що ігноруватимуть ці процеси, ризикують втратити частку ринку та стати неконкурентоспроможними в новій цифровій економіці.

Перелік використаних джерел:

1. Тененський, М. В., Гарматій, Н. М. (2024). Використання цифрових технологій та систем у бізнесі. *Тези доповідей V міжнародної науково-практичної конференції учених та студентів „Цифрова економіка як фактор інновацій та сталого розвитку суспільства“*, 81-82. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/47097/2/TSEFISRS_2024_Tenenskyi_M-Use_of_digital_technologies_81-82.pdf

2. Химич І. Г., Тимошик Н.С., Подвірна Т.В. Підприємницькі ризики як можливість забезпечення конкурентоспроможності. *Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції 31 жовтня 2020 року*. - Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020, С. 451-453.

3. Бакушевич, І. В., & Мартиняк, І. О. (2024). Вплив ІІІ-технологій на сталий розвиток фірм. *Інклюзивна економіка*, (2 (04)), 5-9