

Journal of Supply Chain Management, 10(1), 1-10. doi: https://www.researchgate.net/publication/389081178_Artificial_Intelligence_in_ERP_Unlocking_New_Horizons_in_Supply_Chain_Forecasting_and_Resource_Optimization.

4. Pokala, P. (2024). Artificial Intelligence in Enterprise Resource Planning: A Systematic Review of Innovations, Applications, and Future Directions. *International Journal of Computer Applications & Information Technology*, 7(2), 1276-1289. doi: https://www.researchgate.net/publication/388156032_Artificial_Intelligence_in_Enterprise_Resource_Planning_A_Systematic_Review_of_Innovations_Applications_and_Future_Directions.

Чубань В.С.,

к.е.н., доцент,

Національний університет цивільного захисту України

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СФЕРІ ПОСЛУГ: ЧАТ-БОТИ, ВІРТУАЛЬНІ АСИСТЕНТИ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ СЕРВІСУ

Починаючи з 2023 року значну роль у сфері послуг відіграють чат-боти, віртуальні асистенти та інструменти персоналізації на основі ШІ для оптимізації обслуговування клієнтів. Особливо у фінансових послугах, де часто використовуються віртуальні фінансові консультанти, чат-боти для підтримки клієнтів, персоналізовані фінансові поради. Для прикладу у роздрібній торгівлі та електронній комерції використовують чат-боти для підтримки покупців, рекомендаційні системи, персоналізовані пропозиції, у туризмі та готельному бізнесі є віртуальні туристичні агенти, чат-боти для бронювання, персоналізовані рекомендації щодо відпочинку. Якщо взяти сферу охорони здоров'я, то чат-боти використовуються для запису на прийом, надання інформації, віртуальні асистенти для пацієнтів.

Спробуємо охарактеризувати переваги впровадження ШІ у сфері послуг:

- підвищення ефективності та швидкості обслуговування клієнтів;

- зниження витрат на обслуговування завдяки автоматизації рутинних завдань;
- покращення доступності послуг (24/7 підтримка);
- підвищення рівня задоволеності клієнтів за рахунок персоналізації;
- збір та аналіз даних про клієнтів для кращого розуміння їхніх потреб;
- можливість масштабування обслуговування без значного збільшення персоналу;
- використання даних про клієнтів (історія покупок, поведінка на сайті, демографічні дані, вподобання) для надання більш релевантних та індивідуальних послуг.

На нашу думку, впровадження ШІ у сфері послуг має також і свої недоліки:

- високі витрати на розробку та впровадження складних систем ШІ;
- необхідність забезпечення конфіденційності та безпеки персональних даних клієнтів;
- ризики, пов'язані з упередженістю алгоритмів та можливістю помилок у роботі ШІ;
- необхідність навчання та адаптації персоналу до роботи з новими технологіями;
- проблема "знеособлення" сервісу та втрати "людського" контакту.

Не дивлячись на певні недоліки, загалом штучний інтелект є потужним інструментом для трансформації сфери послуг, надаючи значні переваги в ефективності, персоналізації та доступності.

Успішне впровадження ШІ вимагає врахування потенційних викликів та проблем, а також розробки стратегій їхнього подолання.

Штучний інтелект (ШІ) кардинально змінює спосіб надання та споживання послуг, автоматизуючи рутинні завдання, покращуючи взаємодію з клієнтами та створюючи нові можливості для персоналізації.

У кризових ситуаціях, особливо під час війни, кількість звернень до служб підтримки різко зростає. Чат-боти та віртуальні асистенти можуть автоматично

відповідати на типові запитання (графік роботи, наявність послуг, правила безпеки), розвантажуючи операторів для вирішення складніших та критично важливих питань.

У часи нестабільності доступ до інформації 24/7 є критично важливим. Чат-боти та віртуальні асистенти можуть надавати необхідні відомості в будь-який час, незалежно від графіку роботи фізичних служб.

Швидке збільшення кількості користувачів, які потребують інформації або підтримки, може бути легко оброблено автоматизованими системами без залучення додаткового персоналу.

Чат-боти можуть швидко поширювати важливі повідомлення від органів влади, служб надзвичайних ситуацій (наприклад, про повітряні тривоги, евакуацію, гуманітарну допомогу).

Віртуальні асистенти з елементами NLP можуть надавати базову психологічну підтримку, направляти до відповідних ресурсів або фахівців.

Чат-боти можуть використовуватися для збору інформації про потреби населення та координації надання гуманітарної допомоги, медичної підтримки тощо.

Надання інструкцій з безпеки, правил поведінки під час обстрілів, інформації про мінну безпеку.

Навіть при обмеженій кількості персоналу, чат-боти можуть продовжувати обробляти замовлення, надавати консультації та виконувати інші важливі функції.

Незалежно від місця перебування клієнта, він може отримати необхідну підтримку через онлайн-канали.

Чат-боти можуть збирати інформацію про потреби клієнтів та стан інфраструктури, що допомагає організаціям приймати обґрунтовані рішення в умовах кризи [1].

Штучний інтелект має глибокий вплив на сферу послуг, спричиняючи значні соціально-економічні зміни та якісно змінюючи спосіб надання послуг.

Інтеграція цих технологій в операційну діяльність сприяє не лише спрощенню процесів та покращенню обслуговування клієнтів, але й стимулює економічне зростання та розширює доступність послуг. Зі зростанням кількості операцій у сфері послуг, впровадження ІІІ стає ключовим фактором для підвищення якості, скорочення часу обслуговування та розширення спектру пропонованих послуг. Глобальний тренд розвитку ІІІ веде до трансформації національних секторів послуг, створюючи нові можливості для інновацій у сервісних технологіях. Хоча питання конфіденційності та безпеки даних залишаються важливими, загалом ІІІ сприяє підвищенню ефективності та інноваційності сфери послуг. В Україні ІІІ має потенціал не лише модернізувати існуючі послуги, але й започаткувати нові, роблячи сервісний сектор більш ефективним, безпечним та орієнтованим на потреби клієнтів. Незважаючи на вражаючі можливості ІІІ, важливо збалансувати інновації з необхідністю забезпечення безпеки.

Список використаних джерел

1. Павлюченко, Д. М. (2024). Вплив штучного інтелекту та машинного навчання на банківські послуги. *Академічні візії*, (32). вилучено із <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1277>

Шафалюк О. К.,

д.е.н., професор,

Ахмедов Р. Р.,

здобувач третього (наукового) рівня вищої освіти,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

АВТОГЕНЕРАЦІЯ ТЕКСТІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Ринкове середовище у сучасному цифровому світі швидко і постійно змінюється, через що у підприємств виникає потреба оперативної адаптації своїх маркетингових стратегій відповідно до мінливих умов. Створення якісного, своєчасного контенту є ключовим чинником залучення цільової аудиторії в умовах постійної конкуренції. Ефективне спілкування зі споживачами через