

РОЗДІЛ 6

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

А. О. Войцеховська

асп.

науковий керівник: д.е.н., доц. І. А. Ломачинська

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Цифрова трансформація нашого світу та неминуча взаємодія між людьми, цифровими технологіями та фізичними активами створюють швидко змінюване і складне середовище, що вимагає від організацій більшої гнучкості, кращої пристосованості та готовності прийняти нові способи роботи. Бізнес приходить до усвідомлення необхідності змін, щоб успішно працювати у цифрову епоху. У період глобальної цифровізації інформаційно-комунікаційні технології – це один із найважливіших аспектів існування для бізнесу, який робить його більш ефективним, дозволяє оперативно реагувати як на зовнішнє середовище, що швидко змінюється, так і на потреби клієнтів [1].

Поява штучного інтелекту докорінно змінила саме значення ідей, інновацій та винаходів. Незважаючи на те, що нові технології певною мірою зрівнюють ступінь впливу стрімко зростаючих інтелектуальних цифрових даних на підприємства з різних галузей, необхідно розуміти, які інші параметри допоможуть визначити індивідуальний та колективний успіх у розвитку можливостей організації. Одним із таких факторів для бізнес-організацій може стати штучний інтелект.

З появою штучного інтелекту починається нова ера, і компанії мають можливість створювати нові ринки. У четверту індустріальну епоху відбувається злиття штучного інтелекту, робототехніки, аналітики та інших передових технологій, тому без надійної бізнес-моделі на основі штучного інтелекту компанія не зможе отримати повну цінність ідеї чи технології.

Бізнес-моделі, побудовані на ідеї використання штучного інтелекту, допомагають підприємцям розуміти мінливі потреби своїх клієнтів і адаптувати операції та продукти відповідно до їх бажань та запитів. Алгоритми штучного інтелекту можна використовувати і для того, щоб знайти тенденції, які приваблюють найбільше клієнтів. Саме він більш ніж здатний допомогти бізнес-лідерам створити більше цінності для своїх організацій і клієнтів, оскільки може допомогти краще розуміти причинно-наслідкові зв'язки різних бізнес-елементів.

Так, платформи самообслуговування зі штучним інтелектом, чат-боти та інтерактивні автовідповідачі з голосовими функціями природної мови, можуть підтримувати клієнтів у цілодобовому режимі, а у разі складних інцидентів інтелектуально перенаправляти споживачів до потрібних операторів, рекомендувати продукти та онлайн-сервіси, складати список рекомендованих подальших дій та відповідати на часті запитання [2]. Інші інструменти штучного інтелекту здатні персоналізувати клієнтський досвід за допомогою систем рекомендацій на базі, що акумулює клієнтські дані. Штучний інтелект може розширювати продукти та послуги як додатковий елемент, який додає автономної та адаптивної поведінки до продуктів та послуг, створюючи при цьому нову ціннісну пропозицію з уже існуючої. Завдяки штучному інтелекту ключові види діяльності можуть змінюватись. Протягом усього процесу розробки та створення вартості штучний інтелект спонукає компанії робити бізнес-моделі більш інноваційними. Але попри це, цим компаніям також необхідно подолати виклики та обмеження, пов'язані з впровадженням штучного інтелекту, в тому числі й етичні питання його використання. Щоб вижити та процвітати в умовах конкуренції, компанії повинні бути об'єктивними та неупередженими у використанні штучного інтелекту для зростання, а не використовувати його для активного мікроуправління внутрішньою продуктивністю [3].

Розвиток можливостей штучного інтелекту має значний потенціал для стимулювання інновацій бізнес-моделей та нових джерел доходу та конкурентоспроможності для виробників. Для інноваційної бізнес-моделі штучного інтелекту центральними є три ключові принципи: гнучке спільне створення клієнтів (створення цінності),

керовані даними операції доставки (доставка цінності), масштабована інтеграція екосистеми (захоплення цінності).

Отже, штучний інтелект – це здатність системи правильно інтерпретувати зовнішні дані, вчитися на таких даних і використовувати ці знання для досягнення конкретних цілей і завдань шляхом гнучкої адаптації. Здатність навчатися та діяти способами, які здаються навмисними, робить штучний інтелект розумним і відрізняє його від попередніх поколінь інформаційних технологій. Ці можливості штучного інтелекту можуть мати серйозні наслідки для цифрової трансформації бізнес-процесів, оскільки штучний інтелект створює основу для підтримки прийняття рішень завдяки цінним ідеям і результатам, які через опрацювання великих і складних даних стискаються в керовану форму. Використання технологій штучного інтелекту впливає на всі складові бізнес-моделі організації. І слід розуміти, що крім позитивних прикладів впливу штучного інтелекту на бізнес-модель та ціннісні пропозиції, існують і ризики, пов'язані з неправильним налаштуванням системи штучного інтелекту або некоректним розрахунком інвестицій у технологію, оскільки для сприятливого впровадження необхідна побудова нової інфраструктури, навчання чи найму компетентних співробітників у галузі штучного інтелекту.

Список використаної літератури

1. Ломачинська І., Войцеховська А., Чуркіна І. Трансформація бізнес-моделей підприємницької діяльності в умовах цифровізації економіки та фінансового сектору. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. Том 20. Вип. 3 (49). С. 97–113.
2. Lee J., Suh T., Roy D., Vaucus M. Emerging technology and business model innovation: The case of Artificial Intelligence. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*. 2019. V. 5. No. 3. P. 44.
3. Amazon's sexist hiring algorithm could still be better than a human. *IMD: International Institute for Management Development*: website. URL: <https://www.imd.org/research-knowledge/digital/articles/amazons-sexist-hiring-algorithm-could-still-be-better-than-a-human/>.