

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Сербін Віталій Ігорович

*здобувач наукового ступеня PhD кафедри маркетингу,
Національний університет «Одеська політехніка»*

Штучний інтелект (ШІ) стає ключовим рушієм інновацій у багатьох індустріях, і електронна комерція не є винятком. Завдяки здатності обробляти величезні обсяги даних, прогнозувати тенденції та забезпечувати автоматизацію процесів, ШІ допомагає бізнесам досягати нових висот. Міжнародні eCommerce проекти, які мають справу з багатомовними ринками та різними культурами, можуть отримати суттєві переваги від використання ШІ. Завдяки цьому, компанії мають можливість розширюватися на глобальному ринку, пропонуючи персоналізовані рішення для клієнтів з різних країн.

Основні напрямки застосування ШІ в eCommerce:

1. Персоналізація користувацького досвіду. Однією з ключових переваг використання ШІ в eCommerce є можливість персоналізації. Рекомендаційні системи, такі як на Amazon або Netflix, використовують алгоритми ШІ для аналізу поведінки користувачів. Вони здатні передбачати потреби клієнтів на основі їх історії покупок або перегляду контенту, що підвищує шанси на повторні покупки. Це особливо важливо для міжнародних проектів, де врахування культурних та регіональних відмінностей допомагає створювати релевантні пропозиції для різних сегментів аудиторії.

2. Автоматизація процесів. ШІ також ефективно використовується для автоматизації багатьох рутинних процесів у eCommerce. Віртуальні помічники та чат-боти дозволяють компаніям надавати підтримку клієнтам 24/7, незалежно від їхнього місцезнаходження. Це значно спрощує взаємодію з міжнародними клієнтами та знижує витрати на обслуговування. Крім того, системи ШІ можуть автоматично керувати інвентарем, поповнювати запаси на основі прогнозів попиту, що знижує ризики недостатніх чи надмірних запасів товарів.

3. Оптимізація логістики та ланцюгів постачання. Оптимізація логістики – ще один напрямок, де ШІ відіграє вирішальну роль. Міжнародні компанії електронної комерції можуть використовувати алгоритми ШІ для планування найбільш ефективних маршрутів доставки, знижуючи витрати на транспортування і час доставки. Крім того, системи штучного інтелекту здатні прогнозувати попит на товари в різних

регіонах, що дозволяє компаніям ефективніше планувати свої ланцюги постачання.

4. Аналітика та прийняття рішень. Штучний інтелект допомагає eCommerce компаніям аналізувати великі обсяги даних, що генеруються на платформі. Це дає змогу бізнесам отримувати цінні інсайти, на основі яких можна приймати важливі рішення. Зокрема, ШІ може аналізувати поведінку користувачів і рекомендувати оптимальні стратегії маркетингу, що значно підвищує ефективність рекламних кампаній.

Однією з основних переваг впровадження ШІ є значне підвищення ефективності бізнесу. Автоматизація рутинних операцій знижує навантаження на співробітників, дозволяючи їм зосередитися на більш стратегічних задачах. ШІ також підвищує рівень обслуговування клієнтів завдяки персоналізації та цілодобовій підтримці. Другою суттєвою перевагою є можлива глобалізація ринку. Завдяки технологіям ШІ компанії можуть надавати послуги на міжнародному рівні, адаптуючи контент і пропозиції під локальні ринки. Це допомагає їм розширювати свою присутність у різних країнах, не втрачаючи якості обслуговування.

Втім, впровадження ШІ також пов'язане з певними викликами. Перш за все, це мовні та культурні бар'єри. Міжнародні eCommerce проекти часто стикаються з труднощами в локалізації продуктів і сервісів. Хоча ШІ може допомогти в автоматизації перекладу та адаптації контенту, повністю уникнути помилок не завжди можливо. Інший виклик – це законодавчі обмеження, які існують у різних країнах. Наприклад, правила захисту даних, такі як GDPR у Європейському Союзі, ставлять обмеження на збір і обробку персональних даних клієнтів. Це ускладнює впровадження деяких ШІ технологій, зокрема пов'язаних з аналізом великих даних.

Amazon є одним з лідерів у використанні ШІ в eCommerce. Компанія використовує алгоритми для персоналізації рекомендацій, автоматизації управління складськими запасами, а також оптимізації логістики. Крім того, ШІ допомагає Amazon підвищити рівень обслуговування клієнтів за допомогою чат-ботів і голосових помічників, таких як Alexa.

Alibaba також активно впроваджує ШІ у свої глобальні проекти. Компанія використовує технології для прогнозування попиту, обробки замовлень та автоматизації взаємодії з клієнтами. Віртуальні помічники Alime на основі ШІ допомагають спілкуватися з клієнтами різними мовами, що значно полегшує міжнародні операції.

Shopify, популярна платформа для створення інтернет-магазинів, інтегрувала ШІ для автоматизації маркетингових процесів. Завдяки цьому компанії можуть налаштовувати рекламу, прогнозувати продажі та аналізувати поведінку клієнтів без додаткових зусиль з боку користувачів.

ШІ продовжує еволюціонувати, і його потенціал для міжнародних eCommerce проектів здається майже безмежним. У майбутньому можна очікувати подальшого розвитку технологій голосових помічників, доповненої реальності (AR), блокчейн-технологій для безпеки платежів і навіть використання квантових обчислень для більш швидкої обробки даних. Компанії, які зможуть інтегрувати ці інновації, отримають значну конкурентну перевагу на глобальному ринку.

Таким чином штучний інтелект відіграє все більш важливу роль у міжнародних eCommerce проектах. Він допомагає компаніям автоматизувати процеси, покращувати взаємодію з клієнтами та оптимізувати управління бізнесом на глобальному рівні. Попри певні виклики, такі як мовні бар'єри та законодавчі обмеження, впровадження ШІ відкриває нові можливості для розширення ринку та підвищення ефективності бізнесу. У майбутньому ШІ продовжить впливати на еволюцію електронної комерції, роблячи її ще більш гнучкою та інноваційною.