Дмитро В. Береговенко, Лідія В. Пащук,

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

Роль та масштаби використання штучного інтелекту (ШІ) в маркетинговій діяльності невпинно зростають, дослідження використання штучного інтелекту в просуванні товарів на міжнародних ринках на сьогодні є особливо актуальним.

Залучення технологій ШІ в процес просування товарів та послуг стрімко зростає, проте ще не має всеохоплюючого характеру та має суттєві недоліки. Вплив ШІ на маркетингову діяльність підприємств у різних галузях та ринках все ще мало досліджений та має неоднозначний характер. Водночас, в умовах сучасних змін ринкового середовища та впровадження нових нестандартних інструментів маркетингової діяльності (таких, як ШІ), лише конкурентоспроможності продукції та правильного позиціонування недостатньо. Потрібна адаптована, гнучка та інноваційна стратегія просування (відповідна інтернаціональному ринку) та відповідні інструменти управління ризиками.

Ефективність діяльності сучасного підприємства в швидкозмінних умовах ринкового середовища досить часто залежить від правильності побудови маркетингової стратегії, а також від актуальності та гнучкості інструментів її реалізації. Сьогодні, під дією глобалізації та стрімкого розвитку інноваційних технологій, як на споживчих так і на промислових ринках відбуваються суттєві зміни, що спонукають до використання нових, нетрадиційних методів та інструментів у просуванні товарів та послуг. Одним із таких інструментів є штучний інтелект (ШІ), який динамічно набирає популярності, стає все більш перспективним і починає відігравати важливу роль в маркетинговій діяльності та ставленні споживача до брендів.

Результати загальнодоступних досліджень, а також досвід іноземних та локальних компаній демонструють, що нові технології вже застосовуються у великих масштабах і практика використання ШІ буде набирати популярності в найближчі роки. Разом з тим, очевидно, що ці інструменти мають певні недоліки, ще не до кінця вивчені і нові для деяких ринків.

Саме тому дослідження використання інноваційних інструментів ШІ в просуванні товарів на міжнародних ринках на сьогодні є надзвичайно актуальним.

В ході дослідження було виявлено основні тенденції використання ШІ в просуванні товарів на глобальному ринку, а також розкрито потенціал та можливі ризики використання ШІ в процесі просування. Також надано практичні рекомендації щодо управління потенційними ризиками.

Ключові слова: штучний інтелект, інноваційні інструменти просування, просування товарів, глобальний ринок, міжнародні ринки, глобалізація, приклади використання ШІ, ризики ШІ.