

## **Технології штучного інтелекту для створення нових товарів: можливості та загрози**

**Федір Іваненко**

*студент кафедри міжнародних відносин та журналістики,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: ivanenkofv@krok.edu.ua*

**Олена Наумова**

*науковий керівник, кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
ORCID: 0000-0002-1237-833X*

Штучний інтелект (ШІ) - це імітація людського інтелекту, створення подоби людини у віртуальному просторі. Обговорення ролі та впливу ШІ в науковому середовищі не вщухає, адже кожна нова технологічна революція приносить із собою як можливості, так і виклики. Ця робота має на меті визначити можливості, які ШІ відкриває для суспільства, а також загрози, які він може представляти, зокрема, у сферах працевлаштування, освіти та етики.

Штучний інтелект може бути застосований для створення нових товарів шляхом інтеграції в процеси розробки та дизайну. Алгоритми машинного навчання спроможні аналізувати великі обсяги даних про споживацькі переваги, що дозволяє прогнозувати тренди та адаптувати продукти до змінюваних запитів ринку. Крім того, ШІ може використовуватися для оптимізації ланцюгів постачання та виробничих процесів, знижуючи витрати та підвищуючи якість продукції. Автоматизація за допомогою ШІ також відкриває можливості для персоналізації товарів, дозволяючи створювати унікальні вироби, які точно відповідають індивідуальним потребам споживачів.

Зважаючи на ці позитивні сторони, розглянемо їх на реальних прикладах. За даними американського порталу CB Insights 35% малого і середнього бізнесу та стартапів зазнають краху через відсутність потреб ринку [1]. На щастя, штучний інтелект може допомогти вирішити цю проблему. Аналіз даних за допомогою ШІ допомагатиме стартапам отримувати більш точне, всебічне уявлення про кількісні та якісні дані, які їм знадобляться, щоб визначити, чи справді їхній продукт відповідає потребам клієнтів, або чи правильно вони вибрали свою цільову аудиторію [4]. Ще великим плюсом використання ШІ є те, що він може змінити спосіб збору відгуків клієнтів. Адже якщо ви є власником будь-якого бізнесу, час від часу ви маєте дізнаватися у клієнтів їх задоволеність продуктом, для того, щоб покращити його або залишати таким, яким він є нині. На даний момент, у великих фірмах цим займаються фокус-групи, які не завжди точно відображають настрої клієнтів, що робить команду продукту вразливою до потенційного створення продукту, який насправді буде не підходити вимогам ваших клієнтів [3]. Штучний інтелект може допомогти перетворити відгуків клієнтів на дані для розвитку бізнесу з більшою точністю. Наприклад, якщо ви отримуєте багато відгуків в соціальних мережах, коментарів щодо використання

продукту, ШІ може швидко проаналізувати цю інформацію та перетворити її на діаграму або розвернуті структуровані дані.

Крім цього, штучний інтелект може використовуватися для створення макетів і прототипів продукту. За інформацією, яка представлена компанією по розробці дизайну, LA NPDT [2], створення прототипу продукту займає від чотирьох до дванадцяти тижнів, а для 3-D друкованого макету – від одного до чотирьох тижнів. Увесь цей час і гроші, які вкладаються у створення та тестування прототипу, можуть зрештою коштувати цілого бізнесу. За допомогою використання штучного інтелекту, термін створення макетів та прототипів може скоротитися до декількох годин. Завдяки цьому збереженню часу, реальні дизайнери можуть взяти на опрацювання підготовлену штучним інтелектом заготовку продукту і додати в неї щось своє – ексклюзивне.

Звісно, крім позитивної сторони використання штучного інтелекту є ще й суттєві мінуси. Серед таких мінусів, в першу чергу, є проблеми з конфіденційністю, адже ШІ бере дані з відкритого інтернету, а для його використання у бізнесі, він має доступ до великої кількості даних клієнтів. Ця ситуація може викликати занепокоєння щодо конфіденційності, оскільки клієнтам може бути незручно через кількість персональних даних, які збираються і аналізуються [4]. Другим мінусом є питання плагіату. Наприклад, якщо ви будете використовувати дизайн для свого продукту, який був створений за допомогою ШІ, може виникнути питання, чи не використовував він цілі частини картин або цифрових зображень реальних митців. Якщо буде доведено використання чужих зображень, особливо захищених авторським правом, ця справа може дійти до судового розслідування [4]. Третій мінус використання ШІ – відсутність людської взаємодії (наприклад, у якості чат-боту для підтвердження інтернет-замовлення). Боти можуть не запропонувати такий самий рівень підтримки, як представник службі підтримки клієнтів, що викличе розчарування та незадоволення. Щоб уникнути цього, підприємства мають знайти баланс між ШІ та реальною взаємодією з людьми. Останній недолік використання штучного інтелекту – його вартість. Впровадження ШІ потребує значних інвестицій, а іноді його використання не принесе бізнесам позитивну віддачу у фінансовому плані.

Отже, використання штучного інтелекту у розробці товарів сприяє виявленню та аналізу споживацьких трендів, оптимізації дизайну та персоналізації продукції. Автоматизація через ШІ здатна покращувати ефективність виробничих процесів, скорочувати витрати та збільшувати виробничу гнучкість. Важливо відзначити, що ШІ виступає як інструмент для роботи, що відіграє допоміжну роль у підсиленні творчого та аналітичного потенціалу людей, але не заміняє повністю людську працю.

**Ключові слова:** маркетинг; нові товари; штучний інтелект.

### **Список використаних джерел**

1. *The Top 12 Reasons Startups Fail*, CBINSIGHTS, 2021 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.cbinsights.com/research/report/startup-failure-reasons-top/> (дата звернення 21.11.2023).
2. *How long does it take to build a prototype? All you need to know*, LA NDPT, 2023 [Електронний ресурс]. URL: <https://lanpdt.com/how-long-does-it-take-to-build-a-prototype-all-you-need-to-know/> (дата звернення 21.11.2023).
3. *AJ Beltis. What Is a Focus Group in 100 Words or Less (+ Pros and Cons)*, Blog Gubspot, 2022 [Електронний ресурс]. URL: <https://cutt.ly/EwU2X1OY> (дата звернення 21.11.2023).
4. *Artificial Intelligence: threats and opportunities*, European Parliament, 2020 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20200918STO87404/artificial-intelligence-threats-and-opportunities> (дата звернення 21.11.2023.)