

УДК 004.8:658.8

**ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ****Штик А. Ю.**

здобувачка вищої освіти,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

**Телішевська Р. О.**

здобувачка вищої освіти,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

**Кушнір Т. М.**

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1643-2273>

Сучасний бізнес працює в умовах жорсткої конкуренції та швидкоплинних ринкових змін. Зменшення витрат, швидке ухвалення рішень і висока продуктивність стали ключовими завданнями підприємств будь-якого масштабу. У цих умовах виникає питання, яким чином досягти максимального підвищення ефективності роботи організації. Штучний інтелект (ШІ) розглядається як один із головних інструментів цифрової трансформації, що може допомогти бізнесу вийти на новий рівень. Так, за даними Міністерства цифрової трансформації України, метою дослідження AI Focus 2026 є стимулювати компанії впроваджувати ШІ саме для «підвищення ефективності» [1]. Аналітики Forbes Ukraine також називають ШІ «ключем до підвищення ефективності, оптимізації витрат і зростання прибутковості» підприємств. В сучасному світі стрімко набирає популярності ШІ. Його використовують в різноманітних галузях, в тому числі і малому та середньому бізнесі. Є тенденція до зростання використання ШІ найближчими роками до 50%. В Україні також багато підприємств запровадили використання ШІ, в різних маркетингових та сервісних програмах [2]. Так як штучний інтелект здатний підвищувати ефективність бізнес-процесів тому багато підприємств змогли максимально реалізувати свій потенціал.

Системи ШІ набагато швидше і з найменшою кількістю помилок можуть виконувати найрізноманітніші завдання, навідміну від людей, це дозволяє зекономити дуже багато робочого часу та ресурсів [3].

Машинні навчання підприємств за лічені хвилини мають можливість обробляти величезні об'єми інформації, що сприяє швидкому ухваленню рішень та підвищенню попиту.

Інструменти штучного інтелекту можуть створювати різноманітні дизайни, писати тексти та програмні коди, що в свою чергу зменшує цикл розробки матеріалів та продуктів і пришвидшує втілення нових ідей. Через точне прогнозування операційних показників ШІ дозволяє зменшувати витрати [3].

У маркетингу ШІ дозволяє створювати високоефективні персоналізовані стратегії. Як показує дослідження Т.М. Гардаскіної, ШІ у маркетингу дає змогу оптимізувати стратегії, покращувати взаємодію з клієнтами та збільшувати ефективність рекламних кампаній. Загалом, використання ШІ сприяє створенню більш персоналізованих маркетингових повідомлень, що підвищує конверсію і лояльність споживачів [5].

Наприклад, за даними Ukrainian Digital Community, застосування генеративного ШІ в щоденних бізнес-операціях дозволяє автоматизувати рутинні завдання (економію до 30% часу команди), обробляти великі обсяги даних, генерувати контент (скоротити цикл розробки продукту) та оптимізувати витрати завдяки точному прогнозуванню [3]. Для зниження навантаження на працівників компанії використовують ШІ у вигляді чат-ботів. Завдяки ШІ компанії мають можливість підвищити ефективність бізнесу. Компанії, які використовують ШІ-технології, можуть підвищити свою продуктивність приблизно на 20-30%. Дослідження

компанії PwC показало, що 72% бізнес-лідерів розглядають ШІ як ключовий фактор для досягнення своїх стратегічних цілей [6]. У маркетингу це виливається в більш точні прогнози поведінки споживачів і вищу віддачу від рекламних інвестицій [5].

Разом з тим, фахівці попереджають, що для повноцінного ефекту від ШІ необхідно розглядати його не лише як інструмент «витіснення» людей, а як партнера для співпраці. Як зазначає експерт Світового економічного форуму Амір Баніфатемі, «ШІ значно цінніший для бізнесу, коли його використовують для створення довгострокової стійкості через посилення людських можливостей». Натомість ледь помітна концентрація на швидкому здобутті ефекту лише в плані скорочення витрат та економії може призвести до вигорання працівників і крихких систем управління. Зокрема, дослідники ФЕБ підкреслюють: якщо керівники «женуться за показниками ефективності і продуктивності без інвестування в адаптивність співробітників, то в результаті отримують крихкі системи та вигорілі команди» [4]. Більш результативною вважається стратегія, за якої ШІ стає партнером працівника, що посилює його потенціал і разом із ним розвиває гнучкість організації.

Отже, інтеграція ШІ здатна зробити бізнес набагато ефективнішим, однак вона вимагає комплексного підходу: поєднання технологічних інвестицій з підготовкою персоналу та адаптацією внутрішніх процесів. Компанії, що розвивають подібне партнерство «людина + ШІ», демонструють вищу стійкість і конкурентоспроможність. Зрештою «стійкість є справжньою конкурентною перевагою», і ШІ привабливий саме тим, що може не просто оптимізувати поточні витрати, а створювати основу для подальшої інновації та зростання.

#### Список використаних джерел

1. Компанії, розкажіть про свій досвід використання ШІ в бізнесі — долучайтеся до дослідження. Прес-офіс Міністерства цифрової трансформації України (листопад 2025). URL: <https://thedigital.gov.ua/news/business/kompaniyi-rozkazit-pro-sviy-dosvid-vykorystannia-shi-v-biznesi-doluchaytesia-do-doslidzennia> (дата звернення: 03.12.2025).
2. Саута С. Ці ШІ-інструменти допоможуть малому і середньому бізнесу вийти на новий рівень. *Forbes Україна*. 2025. URL: <https://forbes.ua/business/ne-chatgpt-edinim-yaki-shi-instrumenti-dopomozhut-malomu-i-serednomu-biznesu-viyti-na-noviy-riven-vid-avtomatizatsii-rutini-do-personalizovanogo-marketingu-26122024-25892> (дата звернення: 03.12.2025).
3. “AI для бізнесу: з чого почати впровадження штучного інтелекту у власний бізнес”, Ukrainian Digital Community. 2025. URL: <https://ukrainiandigital.com/ai-dlia-biznesu-z-choho-pochaty-vprovadzhennia-shtuchnoho-intelektu-u-vlasnyy-biznes/> (дата звернення: 03.12.2025).
4. Banifatemi A. Beyond efficiency: Why business must build resilient human-AI partnerships. *World Economic Forum*. 2025. URL: <https://www.weforum.org/stories/2025/10/ai-business-efficiency-resilience/> (дата звернення: 03.12.2025).
5. Тардаскіна Т. М. Штучний інтелект у маркетингу: сучасні тренди та перспективи розвитку. *Наука, технології, інновації*. 2024. №2. С. 43-49. URL: [https://nti.ukrintei.ua/wp-content/uploads/2025/06/Тардаскіна\\_2-2024.pdf#:~:text=економіки,Головні%20напрями%20вико%02ристання%20штучного](https://nti.ukrintei.ua/wp-content/uploads/2025/06/Тардаскіна_2-2024.pdf#:~:text=економіки,Головні%20напрями%20вико%02ристання%20штучного) (дата звернення: 03.12.2025).
6. Штучний інтелект у бізнесі: переваги та недоліки в порівнянні з традиційними методами управління. *Нейролюшінарі*. 2023. URL: <https://surli.cc/kgqczh> (дата звернення: 03.12.2025).