



УДК 004.75

<https://doi.org/10.31713/ve220241>

JEL: M21, Q12, D22

Безтелесна Л. І. [1; ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],

д.е.н. професор,

Буткевич В. О. [1; ORCID ID: 0009-0007-7680-0134],

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БРЕНДУ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

У статті розкрито питання інновацій та інноваційних підходів популяризації бренду приватного підприємства «АМЕТИСТ ПЛЮС». Визначено, що у сучасному конкурентному середовищі виживають лише ті бренди, які можуть ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією. Штучний інтелект (ШІ) пропонує революційні інструменти, що дозволяють вийти за межі традиційного маркетингу та створити глибший, персоналізований зв'язок з клієнтами. Досліджено, як саме ШІ може допомогти брендам досягти успіху. Обґрунтовано важливість впровадження інноваційного розвитку та проаналізовано позитивний вплив інновацій на конкурентоспроможність обраного підприємства. На основі аналізу фінансового стану підприємства надано рекомендації щодо впровадження елементів та засобів ШІ. Визначено, що в результаті впровадження ШІ, підприємства можуть підвищувати конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, їх бренди стають зрозумілими для клієнтів завдяки глибшому розумінню їх потреб, уподобань та точок болю. У цій роботі також досліджено вплив штучного інтелекту на діяльність одного з підприємств Рівненщини, що виробляє солодощі з вмістом сухофруктів і має бренд «Аметист». Виявлено потенціал та переваги застосування штучного інтелекту в галузі виробництва солодощів з вмістом сухофруктів, розроблено практичні рекомендації для підприємств цієї галузі та визначення перспектив подальшого розвитку з урахуванням сучасних технологічних та економічних тенденцій.

Ключові слова: штучний інтелект (ШІ); маркетинг; популяризація; бренд; інновації; персоналізація; автоматизація; аналітика; розвиток; чат-боти; потреби.

Сучасний світ стрімко розвивається, а штучний інтелект (ШІ) [1] стає потужним інструментом для трансформації різних галузей, у тому числі й продовольчого сектору. Рівненська область, яка має підприємства, що виробляють солодощі з вмістом сухофруктів, демонструє великий потенціал їх інноваційного розвитку. Місцеві виробники поставляють вироблену продукцію на ринок під власними

брендами.

Ідея впровадження інноваційних підходів для популяризації бренду за допомогою ШІ є досить цікавою сьогодні. Саме тому низка дослідників займались вивченням цього питання. Серед них можна виокремити Філіпа Котлера, який у книзі «Маркетинг 4.0: Від традиційного до цифрового» (2017) [2] довів, що ШІ трансформує маркетинг, дозволяючи створювати більш персоналізований та контекстний досвід для клієнтів, а маркетологи повинні використовувати дані, аналітику та ШІ, щоб краще розуміти своїх клієнтів та їхні потреби. Він також розробив модель «5P» маркетингу 4.0:

People (люди): створення команди, яка володіє знаннями та навичками для роботи з ШІ.

Processes (процеси): розробка та впровадження процесів, які дозволяють використовувати ШІ для досягнення маркетингових цілей.

Programs (програми): створення програм, які використовують ШІ для автоматизації маркетингових завдань.

Products (продукти): розробка продуктів, які відповідають потребам клієнтів та можуть бути персоналізовані за допомогою ШІ.

Platforms (платформи): використання платформ, які дозволяють використовувати ШІ для досягнення маркетингових цілей.

Ще одним дослідником, який активно працює в цій ніші є Том Дей, який у книзі «Віртуальний помічник: Нова ера маркетингу» (2016) [0], описав такі ключові ідеї: віртуальні помічники з ШІ стають все більш популярними і можуть використовуватися для більш ефективного зв'язку з клієнтами, вони можуть надавати клієнтам інформацію про продукти та послуги, відповідати на їхні питання та навіть допомагати з оформленням замовлень.

Використання віртуальних помічників може допомогти брендам підвищити лояльність клієнтів та збільшити продажі.

Брайан Собель у своїй книзі «Інновації в маркетингу: Як використовувати штучний інтелект для створення кращих результатів» (2018) [4] також визначив такі ключові ідеї: ШІ може використовуватися для автоматизації маркетингових завдань, таких як створення контенту, оптимізація рекламних кампаній та аналіз даних. Використання ШІ може допомогти маркетологам економити час та кошти, а також покращити ефективність своїх кампаній.

Досліджуючи питання ШІ доцільно згадати про результат впровадження його на підприємствах, а саме стимулювання інноваційного розвитку підприємства – процесу господарювання, що



спирається на пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у змінюваних умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації [5].

Варто зазначити, що ШІ також надає найрізноманітніші можливості для різних галузей економіки. ШІ може значно оптимізувати виробництво та маркетинг збуту виготовленої продукції, що призведе до підвищення конкурентоспроможності та стійкості цієї галузі, крім того, може покращити ефективність виробництва та розвиток ринків збуту.

Щодо ринку солодоців, які містять сухофрукти на Рівненщині, то процес виробництва та їх збут потребує постійного аналізу та вдосконалення з метою оптимізації всіх етапів. Застосування штучного інтелекту дозволить автоматизувати багато процесів, зменшити витрати на виробництво, підвищити якість продукції та забезпечити її конкурентоспроможність на ринку.

Генеративний штучний інтелект – це вид штучного інтелекту, який генерує різні типи даних, такі як аудіо, зображення, текст, код та інше, використовуючи наявні дані як натхнення та створюючи нові результати. Генеративний штучний інтелект – це майбутнє бізнесу [6].

Використання штучного інтелекту в бізнесі зараз стало основним напрямом, оскільки багато організацій розглядають ШІ як окрему технологію для спеціальних випадків використання або вбудовують його в звичайні корпоративні програмні системи, які обробляють основні бізнес-процеси.

Кількість компаній, які експериментують зі ШІ, зростає. Його розглядають як інструмент для покращення ефективності, підвищення продуктивності, зниження витрат, створення конкурентних переваг і відповідності очікуванням ринку, що швидко змінюються [7].

Для дослідження забезпечення інноваційного розвитку підприємства було обрано ПП «АМЕТИСТ ПЛЮС», яке працює та розвивається в Рівненській області.

Підприємство реалізує інноваційні підходи заради розвитку, а саме – вдалого маркетингового впровадження, адже створений хороший візуал бренду, який є впізнаваним в усій Україні.

Мета підприємства – здобуття лідерства у виробництві і продажів кондитерських виробів в Україні. Одна зі складових здобуття і збереження лідерства – постійні інновації в галузі обладнання і технологій, а також розв'язання низки управлінських завдань, а саме: максимізації прибутку шляхом впровадження нової рекламної стратегії; мінімізації виробничих витрат; підвищення

репутації компанії серед споживачів та покращення іміджу для підвищення привабливості товару; проведення рекламної компанії з метою залучення більшої кількості споживачів, дослідження цільового ринку та основних потреб споживачів; вдосконалення товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики [8].

Компанія активно використовує можливості штучного інтелекту (ШІ) для оптимізації виробництва та збуту солодощів із сухофруктами. Підприємство використовує сучасні можливості для прогнозування попиту на солодощі з вмістом сухофруктів на основі існуючих даних про продажі, сезонних коливань, економічних показників та інших факторів. Це дозволяє підприємству більш точно планувати виробництво та запаси, а також уникати перевиробництва або нестачі продукції. Завод вдало використовує можливості ШІ для оптимізації маршрутів доставки солодощів до клієнтів. Це дозволяє підприємству економити час та кошти на доставці, а також покращувати обслуговування клієнтів. Вони аналізують конкурентне середовище для визначення оптимальної ціни на солодощі. За допомогою цього підприємство може максимізувати прибуток та залишатися конкурентоспроможним на ринку. ШІ використовується для контролю якості сировини, а саме сухофруктів на всіх етапах виробництва. Це дозволяє підприємству гарантувати високу якість продукції та відповідати вимогам міжнародних організацій з якості продукції.

ПП «Аметист Плюс» є одним із лідерів у впровадженні ШІ в продовольчому, а саме кондитерському секторі України. Використання ШІ дозволяє підприємству:

- збільшувати обсяги виробництва;

- підвищувати якість продукції;

- знижувати собівартість виробництва;

- підвищувати рівень конкурентоспроможності на світовому ринку;

- зберігати робочі місця.

Для того, щоб підтвердити раціональність впровадження інновацій на підприємстві, варто оцінити динаміку фінансових результатів (таблиця).

Оцінювання основних соціально-економічних і фінансових результатів функціонування ПП «Аметист Плюс» в динаміці впродовж двох останніх років поспіль свідчить, що завдяки впровадженню інновацій за допомогою ШІ, підприємство виходить на новий, продуктивніший рівень розвитку.



Таблиця

Динаміка соціально-економічних і фінансових результатів діяльності ПП «Аметист Плюс» [9]

Назва показника	2023	2022	Абсолютне відхилення, млн грн	Темп приросту, %
Дохід, млн грн	10,23	5,31	+ 4,92	92,6
Чистий прибуток, тис. грн	2500	29	+2471	в 85,2 р.
Активи, млн грн	4,17	1,48	+2,69	в 2,8 р.
Зобов'язання, тис. грн	829,1	568,8	+260,3	45,7
Кількість працівників, осіб	36	38	-2	-5,2

Саме штучний інтелект може стати потужним інструментом для популяризації продукції та розширення бізнесу. Використовуючи ШІ, можна краще зрозуміти своїх клієнтів, створити більш персоналізований досвід та залишатися на крок попереду конкурентів [10].

Для того, щоб ПП «Аметист Плюс» і в майбутньому розвивалося прогресивно, йому потрібно використати низку таких заходів.

Використовувати чат-боти зі штучним інтелектом, щоб відповідати на запитання та надавати підтримку клієнтам у режимі реального часу.

Збирати та аналізувати дані про поведінку клієнтів, за допомогою інструментів ШІ, щоб краще зрозуміти їхні потреби та вподобання.

Використовувати штучний інтелект для автоматизації таких завдань, як генерування лідів, створення контенту та управління соціальними мережами.

Використовувати штучний інтелект для розробки нових продуктів та рецептів, які відповідають потребам клієнтів.

Важливо створювати унікальні продукти, які виділятимуть підприємство на тлі конкурентів.

Можна використовувати чат-боти зі штучним інтелектом, щоб надавати цілодобову підтримку клієнтам. Важливо збирати відгуки клієнтів та використовувати їх для покращення своїх продуктів та

послуг.

Перевагами застосування ШІ для ПП «Аметист Плюс» є допомога кращого розуміння потреби та вподобання клієнтів, що дасть можливість підприємству пропонувати саме ту продукцію, яка їм потрібна. Це безсумнівно призведе до збільшення продажів, покращення лояльності клієнтів та кращого розуміння ринку. Штучний інтелект може допомогти розробляти нові продукти та послуги, які відповідають потребам клієнтів. Завдяки цьому, підприємство випередить конкурентів і залишаться на вістрі галузі. ШІ дозволяє масштабувати виробництво контенту відповідно до попиту, дозволяючи підприємствам швидко та економічно вигідно виробляти великі обсяги високоякісного контенту.

Отже, можна зробити висновок, що використання штучного інтелекту для збуту продукції може значно підвищити ефективність та конкурентоспроможність підприємства. Завдяки аналізу даних про споживачів, їхніх уподобань, системи штучного інтелекту можуть допомогти виробнику створювати персоналізовані пропозиції, які краще відповідають потребам клієнтів. Автоматизація та аналіз ринкової інформації дозволяє підприємству оперативно реагувати на зміни в умовах ринку та адаптувати свою стратегію збуту. Окрім того, ринок солодоців з вмістом сухофруктів в Україні демонструє стійке зростання, а ПП «Аметист Плюс» успішно використовує цю тенденцію, нарощуючи обсяги виробництва, дохід та чистий прибуток, дбаючи про якість продукції, яка відповідає ДСТУ.

1. Визначення поняття штучного інтелекту. 16.05.2023. URL: <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-shtuchnij-intelekt-istorija-vidi-ta-skladovi>. (дата звернення: 20.03.2024).
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. 2019. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=83655&p=1. (дата звернення: 20.03.2024).
3. Дей Т. Віртуальний помічник: Нова ера маркетингу. 2016. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%82>. (дата звернення: 20.03.2024).
4. Собель Б. Інновації в маркетингу: Як використовувати штучний інтелект для створення кращих результатів. 2018. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/ai-and-marketing-how-it-can-successfully-combine-without-risks/>. (дата звернення: 20.03.2024).
5. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2012. 582 с.
6. Як бізнес може використовувати штучний інтелект. 8 травня 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/05/8/699875/>. (дата звернення: 20.03.2024).
7. Застосування штучного інтелекту в бізнесі: як це допомагає оптимізувати роботу. 15 грудня 2023. URL: <https://devisu.ua/uk/stattia/zastosuvannya-shtuchnogo-intelektu-v-biznesi-yak-ce-dopomoga-optimizuvati-robotu>. (дата звернення: 20.03.2024).
8. Історія компанії. URL: <http://chocco-via.com.ua/pro-kompaniyu/>. (дата звернення: 20.03.2024).
9. Фінансова звітність ПП «АМЕТИСТ ПЛЮС» за 2022 та 2023 роки. URL: <https://opendatabot.ua/c/36937754>. (дата звернення: 20.03.2024).
10. ШІ та



маркетинг: як це можна успішно поєднати без ризиків. 18 серпня 2023. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/ai-and-marketing-how-it-can-successfully-combine-without-risks/>. (дата звернення: 20.03.2024).

REFERENCES:

1. Vyznachennia poniattia shtuchnoho intelektu. 16.05.2023. URL: <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-shtuchnij-intelekt-istorija-vidi-ta-skladovi>. (data zvernennia: 20.03.2024).
2. Kotler F. Marketynh 4.0. 2019. URL: http://loveread.ec/read_book.php?id=83655&p=1. (data zvernennia: 20.03.2024).
3. Dei T. Virtualnyi pomichnyk: Nova era marketynhu. 2016. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%82>. (data zvernennia: 20.03.2024).
4. Sobel B. Innovatsii v marketynhu: Yak vykorystovuvaty shtuchnyi intelekt dlia stvorennia krashchykh rezultativ. 2018. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/ai-and-marketing-how-it-can-successfully-combine-without-risks/> (data zvernennia: 20.03.2024).
5. Problemy upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstv u tranzytyvni ekonomitsi : monohrafiia / za zah. red. S. M. Illiashenka. Sumy : VTD «Universytetska knyha», 2012. 582 s.
6. Yak biznes mozhe vykorystovuvaty shtuchnyi intelekt. 8 travnia 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/05/8/699875/>. (data zvernennia: 20.03.2024).
7. Zastosuvannia shtuchnoho intelektu v biznesi: yak tse dopomahaie optymizuvaty robotu. 15 hrudnia 2023. URL: <https://devisu.ua/uk/stattia/zastosuvannya-shtuchnogo-intelektu-v-biznesi-yak-ce-dopomaga-optimizuvati-robotu>. (data zvernennia: 20.03.2024).
8. Istoriia kompanii. URL: <http://chocco-via.com.ua/pro-kompaniyu/>. (data zvernennia: 20.03.2024).
9. Finansova zvitnist PP «AMETYST PLU» za 2022 ta 2023 roky. URL: <https://opendatabot.ua/c/36937754>. (data zvernennia: 20.03.2024).
10. Shi ta marketynh: yak tse mozna uspishno poiednaty bez ryzykiv. 18 serpnia 2023. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/ai-and-marketing-how-it-can-successfully-combine-without-risks/>. (data zvernennia: 20.03.2024).

Beztelesna L. I. ^[1; ORCID ID: 0000-0002-0262-9334],
Doctor of Economics, Professor,
Butkevych V. O. ^[1; ORCID ID: 0009-0007-7680-0134],
Senior Student

¹National University of Water and Environmental Engineering, Rivne

INNOVATIVE APPROACHES OF BRAND PROMOTION USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE

The article discusses the issue of innovations and innovative approaches to popularizing the brand of the private enterprise "AMETYST PLUS". It was determined that only those brands that can effectively interact with their audience survive in today's competitive environment. Artificial intelligence (AI) offers revolutionary tools that allow you to go beyond traditional marketing and create a deeper, more personalized connection with

customers. It explores exactly how AI can help brands succeed. The importance of the implementation of innovative development is substantiated and the positive impact of innovations on the competitiveness of the selected enterprise is analyzed. Based on the analysis of the company's financial condition, recommendations are provided for the implementation of AI elements and tools. It was determined that as a result of the implementation of AI, enterprises can increase competitiveness both in domestic and foreign markets, their brands become clearer to customers thanks to a deeper understanding of their needs, preferences and pain points. This paper also examines the impact of artificial intelligence on the activities of one of the enterprises of the Rivne region, which produces sweets containing dried fruits and has the Amethyst brand. The potential and advantages of using artificial intelligence in the production of sweets containing dried fruits have been identified, practical recommendations for enterprises in this field have been developed and prospects for further development have been determined, taking into account modern technological and economic trends.

Keywords: Artificial intelligence (AI); marketing; promotion; brand; innovation; personalization; automation; analytics; development; chatbots; needs.

Отримано: 11 квітня 2024 року
Прорецензовано: 16 квітня 2024 року
Прийнято до друку: 21 червня 2024 року