

УДК 338.1

## ЧАТ-БОТИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Небилиця Олена Анатоліївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім.С.Кузнеця, Харків, Україна

**Анотація** - робота присвячена обґрунтуванню сутності ефективного стратегічного та інноваційного напрямку розвитку бізнесу - чат-ботам. Приведено аналіз останніх досліджень оцінки впливу мобільних пристроїв на світову економіку. Виділено основні переваги та недоліки використання чат-ботів у діяльності сучасних підприємств.

**Ключові слова:** інновація, маркетинговий інструмент, мобільний трафік, стратегія, чат-бот.

Посилення конкуренції між виробниками, підвищення вимог споживачів до товарів і послуг – основні фактори, що мотивують підприємства до впровадження нововведень у маркетинговій діяльності для постійного вдосконалення просування продуктів та послуг, що будуть користуватися попитом у потенційних споживачів. Інноваційний маркетинг – один із напрямів стратегічного управління, реалізується на вищому рівні керівництвом компаній. Основною метою інноваційного маркетингу є розроблення й впровадження нових продуктів, модернізація та вдосконалення вироблених продуктів або послуг, а також застосування сучасних інноваційних маркетингових інструментів щодо просування продукції і послуг споживачу.

Оскільки для бізнесу життєво важливо перебувати там, де знаходиться цільова аудиторія, розробка чат-ботів стала ефективною відповіддю на новий тренд користувацьких переваг і відкрила маркетинговий канал залучення нових зав'язків і комунікації з потенційними клієнтами. Чат-боти досить швидко зайняли міцне місце серед бізнес-інструментів.

Окремі аспекти стратегічного маркетингового управління представлені в наукових працях таких авторів, як: Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Д. Робертсон, М. Портер, Ф. Брассінгтон, С. Петтіт, В. Шкардун, О.Ястремська. Ключові питання інноваційного розвитку підприємств, у тому числі й маркетингової діяльності, розглядалися в роботах таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як: Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук, В. Аньшин, С. Ілляшенко, О. Волков, М. Денисенко, А. Гречан, Ю. Каракай, Я. Матковська та ін. Однак обґрунтування сутності чат-ботів як ефективного стратегічного та інноваційного напрямку розвитку бізнесу є на сьогодні актуальним та потребує уточнення.

Останнім часом все чіткіше простежується тренд відходу з соціальних мереж користувачів, які втомилися від великої кількості неправдивої інформації. Месенджери стали відповіддю на потребу людей у більш персоналізованому каналі спілкування. Великі компанії в різних галузях перемикають увагу з брендівих мобільних додатків і розробляють власні чат-боти для популярних месенджерів, які ефективно вирішують ряд маркетингових задач і допомагають підприємствам ефективно функціонувати.

Треба зазначити, що 2019 рік побив мобільні рекорди. Так, компанія App Annie щорічно у своєму звіті надає оцінку впливу мобільних пристроїв на всі галузі та світову економіку. У 2020 році у своєму звіті State of Mobile компанія відзначає, що частка мобільного трафіку в період з 2018 по 2019 роки зросла 53,3% (рис.1) [1]. При цьому, приріст даного показника склав 8,6% при зниженні усіх інших (частка використання

ноутбуків та комп'ютерів скоротилася на 6,8%; планшетів- на 27%; інших пристроїв – на 30%).

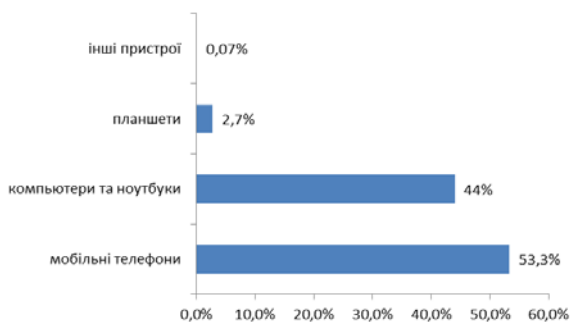


Рис.1. Світова частка мобільного трафіку у 2019 році

Мобільний телефон повністю змінив спосіб замовлення їжі, покупки продуктів, книжок, поїздок, ігор та багато іншого - полегшуючи життя громадян щодня та перетворюючи майже кожен галузь у процесі. Мобільні пристрої стали життєво важливим каналом для взаємодії бізнесу зі споживачами.

Для України ці показники також збільшуються та набирають обертів. Слід зазначити, що найбільш сучасний приклад цього на рівні країни – це експериментальний проект концепції у сфері надання електронних адміністративних послуг, який був анонсований 6-м президентом України - Володимиром Зеленським - «Держава у смартфоні». Цей проект базується на створенні системи онлайн-взаємодії центральних органів виконавчої влади України та інших державних інформаційних систем між собою та з фізичними та юридичними особами, заснована на автоматизації і оптимізації усіх державних функцій [2]. Щодо ефективних інноваційних маркетингових інструментів розвитку бізнесу, то лідируючі позиції займають саме чат-боти.

Чат-бот - це віртуальний менеджер, який з'ясовує потреби клієнта і допомагає їх задовольнити. Інформація надається в текстовому, інтерактивному або мультимедійному форматі. Чат-боти дозволяють автоматизувати комунікації, що

серйозно підвищує якість роботи клієнтського сервісу, оскільки всі рутинні операції і типові завдання вирішує бот, а менеджери відповідають на складні і нестандартні питання. Внаслідок цього відбувається значне покращення клієнтського досвіду, підвищення залученості та поліпшення лояльності цільової аудиторії.

Звісно чати-боти мають як свої переваги, так й недоліки. До найбільш ґрунтовних переваг чат-ботів, як ефективного інноваційного маркетингового інструменту розвитку бізнесу, слід віднести:

1. Привабливість. Чат-боти викликають інтерес і привертають увагу. Це досить новий інструмент, який не викликає негативну реакцію у користувачів.

2. Якісна взаємодія. Програма дозволяє персоналізувати контент для кожного користувача. Вони отримують тільки ту інформацію, на яку у них був запит.

3. Економія бюджету. Чат-бот - це одноразова інвестиція, яка не передбачає подальших витрат на персонал.

4. Вимірність даних. У програмі легко відстежити доставку контенту, залученість користувачів. Також бот дозволяє сегментувати аудиторію і зібрати зворотний зв'язок від клієнтів для покращення послуг.

5. Високий відсоток відкриття і читання. Користувач схильний краще реагувати на повідомлення, що приходять у месенджерах, оскільки вони використовуються для особистого спілкування.

6. Генерація і «прогрів» лідів. Боти можуть працювати з аудиторією на всіх етапах продажу. Навіть вночі, коли реальні менеджери сплять. Крім того, вони допомагають відсікати «важких», що віднімають час, клієнтів.

7. Доступ до молоді аудиторії (найбільш активні користувачі мережі). Вони швидше позитивно реагують на нові тренди та йдуть на експерименти, випробовуючи нові цікаві сервіси і технології. У разі позитивного досвіду і виправдання очікувань від взаємодії з чат-ботом фірма буде забезпечена достатком активної і лояльної цільової аудиторії.

8. Додаткові можливості. Поступово розширюючи функціонал компанія може залучати нову аудиторію. Наприклад, додаткова мова інтерфейсу відкриває доступ до міжнародних ринків.

Щодо недоліків використання у бізнесі чат-ботів, то можна відзначити такі моменти:

1. Деякі користувачі ще поки не готові взаємодіяти з ботами і сприймають будь-які технологічні новинки з обережністю. Особливо це стосується людей старшого віку.

2. Чат-бот може бути незрозумілим деяким користувачам, якщо є недоробки з логікою або розпізнаванням.

Отже, використання у маркетинговій стратегії підприємства чат-ботів відзначається все ж таки більшістю переваг, ніж недоліків. Це говорить про те, що чат-боти - це майбутнє. Варто прийняти цей факт і впроваджувати нові технології у бізнес вже зараз, щоб встигнути адаптуватися.

Чат-боти стають дедалі впливовішими у повсякденному житті. Ці програми були розроблені для допомоги в різних галузях промисловості, від простих банківських операцій до запитів у галузі охорони здоров'я. Компанія Jniper, яка займається дослідженнями, прогнозуванням та консультуванням для ринків цифрових технологій, прогнозує, що чат-боти будуть відповідальні за економію витрат на понад 8 млрд доларів на рік до 2022 року порівняно з 20 млн доларів цього року.

Таким чином, на сьогодні, використання чат-ботів у бізнесі – безумовна необхідність задля стратегічного розвитку підприємства. Залученість – це головна риса чат-ботів. Ця технологія транслює логіку та використовує діалоги з віртуальним співрозмовником. По суті чат-бот - це гілка дій, в яку закладено алгоритм. Згідно з останнім оглядом технологій «Технологія зриву», 96% організацій погоджуються, що створення безперервних багатоканальних програм є пріоритетним напрямом [3]. Таким чином, бізнесу важливо вчасно адаптуватися до

нових технологій, щоб не відставати від конкурентів, розвивати клієнтський сервіс і скорочувати витрати. Для компаній зараз саме час перевірити можливості чат-ботів і найкращим чином інтегрувати цю технологію у свою стратегію роботи з клієнтами.

Інформаційні та технологічні зміни у світі відкривають для підприємств різні можливості використання великого арсеналу маркетингових інноваційних інструментів. Почесне місце займають чат-боти, які допомагають автоматизувати та впорядкувати діяльність, вдосконалити продуктивність праці на підприємстві та стимулювати співробітників та залучення клієнтів.

### Список використаної літератури

1. Коцофана О. Все о чат-ботах: типи, приклади, якому бізнесу підійде, список конструкторів для створення / О. Коцофана. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/blog/vse-o-chat-botah-tipy-i-primery-kakomu-biznesu-podojdet-spisok-konstruktorov-dlya-sozdaniya>

2. Президент, Прем'єр-міністр, Мінцифри презентували мобільний застосунок «Дія» // Урядовий портал. Новини від 6 вересня 2019р. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/prezident-premyer-ministr-mincifra-prezentovali-mobilnij-zastosunok-diya>

3. Customer Contact Week Digital: Disrupting the Live Chat Experience 23.04.2019. [Електроний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.comm100.com/blog/ccw-disrupting-the-chat-experience.html>

Автор

**Небилиця Олена Анатоліївна**, к.е.н., доц, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім.С.Кузнеця (elena.nebulitsa@ukr.net)

Тези доповіді надійшли 14 березня 2021 року.

Опубліковано в авторській редакції.