

Анализ влияния технологий ИИ на трансформацию поведения потребителя

Силантьев Максим Сергеевич

Студент (магистр)

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Экономический факультет,
Саранск, Россия

E-mail: max-cool-2003@mail.ru

В условиях цифровой трансформации экономики технологии искусственного интеллекта (ИИ) становятся одним из ключевых инструментов повышения эффективности бизнес-процессов. Компании активно внедряют ИИ в различные сферы деятельности, включая клиентский сервис, маркетинг и аналитику, рассматривая его как средство оптимизации затрат и повышения скорости обслуживания. По данным исследований, автоматизация позволяет снижать операционные издержки и повышать эффективность обработки типовых запросов [3]. Вместе с тем распространение подобных решений сопровождается изменением поведения потребителей и требует анализа их влияния на качество взаимодействия.

Целью настоящего исследования является анализ влияния технологий искусственного интеллекта на трансформацию поведения потребителя и определение границ их эффективного применения в бизнес-процессах. В центре внимания находится противоречие между ростом операционной эффективности и изменением клиентского опыта.

Анализ научных и прикладных исследований показывает, что внедрение ИИ в клиентский сервис сопровождается неоднозначными эффектами. Значительная часть пользователей демонстрирует ограниченное доверие к автоматизированным системам и предпочитает взаимодействие с оператором. Согласно исследованиям, 64% клиентов не поддерживают использование ИИ в обслуживании, а более половины готовы рассматривать смену поставщика услуг при его активном применении [4]. При этом около 50% пользователей не получают удовлетворительного результата при взаимодействии исключительно с автоматизированными системами [6].

Одним из ключевых факторов негативного восприятия является ограничение доступа к оператору. Пользователи сталкиваются с необходимостью адаптации своих запросов под алгоритмы системы, что снижает гибкость взаимодействия и увеличивает время решения проблемы. В научной литературе подобное явление связывается с особенностями цифровизации клиентского сервиса и ограничениями автоматизации [2]. В условиях нестандартных ситуаций это приводит к формированию сценариев, при которых автоматизированная система не обеспечивает релевантного ответа.

В то же время эффективность ИИ существенно зависит от области его применения. В задачах, связанных с обработкой данных и поддержкой принятия решений, ИИ демонстрирует устойчивый положительный эффект, способствуя повышению точности и скорости управленческих процессов [1]. Исследования также показывают, что использование ИИ как вспомогательного инструмента позволяет повышать производительность сотрудников и качество обработки информации [5].

Совокупность рассмотренных данных позволяет сделать вывод о неоднородности эффекта внедрения ИИ. В рамках стандартных операций автоматизация обеспечивает значимый экономический результат, тогда как в ситуациях, требующих индивидуального подхода, может наблюдаться снижение качества клиентского опыта. В этих условиях целесообразным представляется комбинированный подход, при котором ИИ используется для обработки типовых запросов и поддержки внутренних процессов, а сложные случаи передаются оператору без дополнительных барьеров. Изменение поведения потребителя при

этом проявляется в адаптации к алгоритмизированным формам взаимодействия и повышении требований к доступности решения.

Источники и литература

- 1) Аксенов К.В., Иванова Е.А. Применение технологий искусственного интеллекта в управлении бизнес-процессами // Экономика и управление. 2022. № 5. С. 45–52.
- 2) Кузнецов А.В. Цифровизация клиентского сервиса: риски и ограничения автоматизации // Вестник экономики. 2023. № 3. С. 78–84.
- 3) Brynjolfsson E., McElheran K. The Rapid Adoption of Data-Driven Decision-Making // American Economic Review. 2016. Vol. 106. No. 5. P. 133–139.
- 4) Ni X., Wang Y., Feng T. et al. Generative AI in Customer Service: Field Experimental Evidence // arXiv. 2026.
- 5) Gartner. Customer Service and Artificial Intelligence Survey. 2024. URL: <https://www.gartner.com>
- 6) ITPro. Your customers aren't keen on that customer service chatbot you introduced. URL: <https://www.itpro.com>
- 7) Plivo. AI Customer Service Statistics. 2024. URL: <https://www.plivo.com>