

2. Greenberg O. 75 B2B Marketing Statistics for 2024. Home / Kurve Marketing Consultancy. URL: <https://kurve.co.uk/blog/b2b-marketing-statistics>
3. Information Technology (IT) Market Size - Forecast To 2031. Business Research Insights | Global Market Research Report & Consulting. URL: <http://surl.li/tcsuo>
4. ReportLinker. Information Technology Global Market Report 2023. GlobeNewswire. URL: <http://surl.li/tcsvc>.
5. Ridge B. Understanding the Role of Digital Marketing Within the IT Industry Landscape. Medium. URL: <http://surl.li/tcsvo>
6. Singade N. P. Importance of Digital Marketing. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research. 2022. Vol. 9, no. 5. P. 59–62. URL: <https://www.jetir.org/papers/JETIR2205217.pdf>
7. Stanimirovic U. 10 Reasons Internet Marketing Is Superior to Traditional Marketing. Target Video. URL: <http://surl.li/tcswa>

**УДК 330.5:338.2**

**Кустов В.П.,**  
доктор філософії, докторант,  
Європейський університет

## **ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МАРКЕТИНГОВИХ ОПИТУВАННЯХ НАСЕЛЕННЯ ЩОДО РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ**

З кожним роком зростає важливість інформаційних технологій. Вони не лише допомагають людині впоратися з складними завданнями, але й полегшують людську діяльність. Сучасні цифрові інструменти, такі як штучний інтелект, Інтернет речей, блокчейн, робототехніка та інші, призначені змінити суспільство та зробити його ще більш інформаційним.

На сьогоднішній день особливо цікаве питання – це можливості використання штучного інтелекту, науки та технології створення інтелектуальних машин та програм [4]. Штучний інтелект включає в себе різноманітні алгоритми та програмні системи, які здатні вирішувати завдання на рівні, схожому на рівень вирішення людиною [5]. Він може розуміти мову, мислити, постійно вчитися та діяти. Така популярність призвела до того, що на сьогодні практично не існує сфери людської діяльності, в якій не можна було б

використовувати штучний інтелект: економіка, транспорт, сільське господарство, музична сфера тощо [1, с. 12 – 13].

Фактично можливість поширювати інформацію, впливаючи на свідомість людей, стає нематеріальним активом, який у сучасних умовах може приносити відчутну матеріальну винагороду. При такій ситуації спостерігається змінення ролі інформації у суспільних відносинах [2, с. 53].

- Використання штучного інтелекту в управлінні сприяє:
  - вирішенню основних завдань;
  - зниженню ймовірності вдалої організації злочинних змов та шахрайства;
  - підвищенню рівня цифрової безпеки;
  - моделювання процесів реалізації державної політики цифровізації;
  - допомозі суб'єктам прийняття управлінських рішень у здійсненні аналізу, оцінюванні та прогнозуванні показників соціально-економічного розвитку;
  - зниженню рівня корупції [3].

Запровадження передових інформаційних технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ) в маркетингових опитуваннях населення може бути використаний для збору, аналізу та інтерпретації даних щодо розвитку фондового ринку, в тому числі ШІ може:

- автоматизувати збір та обробку великої кількості даних з опитувань, включаючи відповіді на питання про розвиток фондового ринку. Він може ефективно визначати ключові тенденції та патерни у відповідях респондентів;
- аналізувати відповіді на запитання про розвиток фондового ринку, щоб визначити настрої та думки респондентів. Наприклад, він може виявити загальну позитивну або негативну думку про інвестування у фондовий ринок;
- надавати персоналізовані рекомендації щодо інвестування на основі відповідей респондентів. Враховуючи їхні фінансові цілі, ступінь ризику та інші фактори, ШІ може рекомендувати конкретні фінансові інструменти чи стратегії;
- аналізувати дані з опитувань, щоб прогнозувати майбутні тренди на фондовому ринку. Це може допомогти компаніям та інвесторам приймати більш обґрунтовані рішення;

– аналізувати текстові відповіді респондентів, щоб виявити їхні емоційні реакції на питання про фондовий ринок. Це може допомогти розуміти, які аспекти ринку сприймаються як позитивні або негативні;

– аналізувати відповіді учасників опитування, виявляючи тенденції, ключові слова та емоційний тон, що допомагає зрозуміти настрої і ставлення населення до фондового ринку;

– може автоматично класифікувати відповіді на групи або кластери, що дозволяє розділити населення на різні сегменти за їхніми поглядами, потребами та цілями щодо інвестування.

Отже, загалом, використання штучного інтелекту в маркетингових опитуваннях може значно поліпшити збір та аналіз даних про розвиток фондового ринку, що дозволяє компаніям та інвесторам приймати кращі та більш обґрунтовані рішення.

### **Список використаних джерел:**

1. Андріяш В.І. Штучний інтелект: перспективи використання в публічному управлінні / Технології доброчесного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки: матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації (м. Одеса, 31 липня – 10 вересня 2023 року). Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 12 – 14.

2. Весперіс С.З. Вплив інформації на зміни у поведінці кінцевого споживача за умов становлення індустрії 4.0 / Комерціалізація інновацій: захист інтелектуального капіталу, маркетинг та комунікації: монографія / за заг. ред. Л.Ю. Сагер, Л.О. Сигиди. Суми: Сумський державний університет, 2022. С. 52 – 62.

3. Карпенко О.В., Карпенко Ю.В. Штучний інтелект як інструмент публічного управління соціально-економічним розвитком: смартінфраструктура, цифрові системи бізнес-аналітики та трансферти. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 10. URL: <http://surl.li/tcsys>

4. Штучний інтелект (ШІ) – що це таке, як працює і навіщо потрібен. URL: <https://termin.in.ua/shtuchnyy-intelekt/>.

5. Що таке штучний інтелект: історія, види та складові. URL: <http://surl.li/tcszg>