

İbrahim Mail oğlu YAQUBLU
Western Caspian University
E-mail: ibrahimyagublu@gmail.com

SÜNİ İNTELLEKT VƏ ÇATBOTLARIN MOBİL TİCARƏTDƏ ROLU

Xülasə

Son illərdə elektron ticarətin artan sürətlə inkişafı bilavasitə mobil ticarətin də inkişafına təkan verir. Bu haqda hər gün yazılar yazılrsa da, mobil ticarətin istifadəsi və gündəlik dəyişkənliyi insanları və xüsusilə elektron ticarətlə məşğul olan insanları bu haqda düşünməyə daha çox vadar edir. Mobil ticarət elektron ticarətin tərkib hissəsi olaraq xidmətlərin və ya məhsulların alış-satışının internet vasitəsilə, lakin mobil cihazlardan istifadə edərək reallaşmasıdır.

Bu məqalədə Süni intellektin və çatbotların Mobil ticarətdə rolu barədə bəhs olunur. Süni intellekt son 2 ildəki (əsasən OpenAi təqdim etdiyi ChatGpt) yüksəlişindən sonra demək olar ki, hər bir sahəyə inteqrasiya etməyə başladı. Mikro bizneslərdən dövlət orqanlarına kimi dünyada əsas qurumlar süni zəkani alternativ həll kimi istifadə etməyə başladılar. Bu inteqrasiya öz növbəsində elektron ticarət və mobil ticarətə də sirayət etdi. Görünən odur ki, bu alət gözləniləndən daha yaxşı nəticələr verməyə başlayır.

Açar sözlər: mobil ticarət, elektron ticarət, süni intellekt, çatbot

UOT: 339

JEL: L00

DOI: <https://doi.org/10.54414/JYGO3328>

Giriş

Elektron kommersiya termini insanların internet vasitəsilə xidmətlərin və ya məhsulların alış-verişinə prosesinə deyilir. Elektron kommersiya həmçinin bir neçə növə bölünür: B2B (Business to business), B2C (Business to consumer), C2B (Consumer to business) və C2C (Consumer to consumer). Bunun inkişafı nəticəsində yeni bir termin M-kommersiya və ya mobil kommersiya birləşməsi yaranıb. Mobil kommersiya eyni ilə e-kommersiyanın etdikləri əməliyyatları sadəcə mobil cihazlar vasitəsilə edilməsinə deyilir.

Süni intellekt və Mobil ticarət paralel olaraq sürətlə artım görülən sahələrdən biridir. Onların bir-birinə inteqrasiyası hazırkı dövrdə tamamilə labüd görünür.

Süni intellekt və ya süni zəka termini əslində tamamilə yeni fenomen deyil. Hələ keçən əsrin ortalarında bu terminə rast gəlmək olur və yaranmış gündən cəmiyyətə, müxtəlif dövlət qurumlarına, həmçinin dünya iqtisadiyyatına geniş töhfələr verib. İlk dəfə 1997-ci ildə IBM şirkətinin

“Dark Blue” komputeri şahmat üzrə dünya çempionunu məğlub etdi və bununla da Süni intellekt dünyasında yeni səhifə açıldı.

Süni zəkani son illərdə irəliləyişi həm də şirkətlər arasında gedən rəqabətin nəticəsidir. Chatgpt-dən sonra 2025-ci ildə Çinin DeepSeek süni intellekt platforması OpenAi-a əsas rəqib hesab olunur. DeepSeek-in yaranmasından sonra ABŞ səhm bazarında 24 saat ərzində əsas rəqib şirkətlər 2 trilyon dəyər itirdi. Bu, süni intellektin nə qədər dəyişkən və rəqabətçil olduğunu göstərir.

Mobil kommersiyaya ümumi baxış

Mobil ticarət (m-commerce) müxtəlif formalarda izah edilə bilər. Onun ən geniş yayılmış təriflərindən biri, elektron cihazlar vasitəsilə mobil şəbəkələrə qoşularaq malların və xidmətlərin mülkiyyətinin ötürülməsi və ya istifadə hüququnun verilməsi prosesidir. Digər bir yanaşmaya görə, mobil ticarət – informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə edərək müxtəlif biznes proseslərini və dəyər zəncirlərini mobil mühitə uyğunlaşdırmaq və biznes əlaqələrini effektiv idarə etmək deməkdir.

Daha sadə desək, m-kommersiya internet üzərindən, simsiz şəbəkələrdə həyata keçirilən elektron ticarət formasıdır. Onun əsas məqsədi biznesi mobil şəkildə inkişaf etdirmək və istifadəçilərə istənilən vaxt, istənilən yerdə öz mobil cihazlarından müxtəlif xidmətlərə və məlumatlara çıxış imkanı yaratmaqdır. Məsələn, insanlar mobil telefonları vasitəsilə tədbirlər və ya nəqliyyat üçün biletlər ala, parkinq haqqını ödəyə, rəqəmsal məzmun yükləyə, kitab və ya musiqi diskləri sifariş edə bilirlər.

Mobil ticarətin genişlənməsinə bir neçə əsas amil təsir göstərir. Bunlardan biri internetə çıxışı olan smartfonlar, planşetlər və portativ kompüterlərin biznes və adi istifadəçilər arasında getdikcə populyarlaşmasıdır. Digər vacib faktor isə simsiz rabitə texnologiyalarının və şəbəkə infrastrukturunun daim yenilənməsi və təkmilləşdirilməsidir ki, bu da fasiləsiz bağlantını təmin edir. Şirkətlər isə əhəmiyyətli biznes proseslərindəki vaxt itkisini aradan qaldırmaq və əməkdaşların, eləcə də müştərilərin istənilən yerdə və istənilən vaxt vacib məlumatlara rahat çıxışını təmin edərək yeni imkanlar yaratmaq istəyirlər.

Mobil kommersiyada Süni intellekt

Son illərdə elektron ticarət sürətlə inkişaf edib. 2018-ci ildə Çində onlayn alış-veriş bazasının həcmi 9 trilyon yuana çatıb, bunun 7 trilyon yuana yaxını fiziki malların satışına aid olub və əvvəlki illə müqayisədə 25,4% artım qeydə alınıb. Bu artım sosial istehlak mallarının ümumi pərakəndə satışında 45,2%-lik paya sahib olub.

Elektron ticarətin inkişafı istehlakçılar üçün daha rahat alış-veriş imkanı yaradır. Şirkətlər əməliyyat səmərəliliyini artırmaq və xidmət keyfiyyətini yüksəltmək üçün yeni həllər axtarır. Süni intellektin tətbiqi isə elektron ticarətin inkişafına yeni imkanlar açır və sektora hərtərəfli təsir göstərir.

Süni intellekt insan düşüncəsini təqlid edərək zehni işlərin avtomatlaşdırılmasını təmin edən texnologiyadır. Bu sahə əsasən ağıllı sistemlərin – robotlar, səs və şəkil tanıma texnologiyalarının inkişafına yönəlib.

Süni intellekt kompüter elmləri və digər texniki sahələrlə sıx bağlıdır. Elmi-texnoloji inkişaf sayəsində bu sahənin tətbiq dairəsi genişlənir, süni intellekt sistemləri insan əməllərini icra edə biləcək səviyyəyə çatır. Süni intellekt və

kompüter texnologiyalarının inkişafı bir-birinə təsir edərək paralel şəkildə irəliləyir.

Hazırda süni intellektin əsas istiqamətləri maşın öyrənməsi və interaktiv öyrənmədir. Maşın öyrənməsi kompüter elmlərinin bir qolu olmaqla yanaşı, nümunə tanıma, data analizi və statistika kimi sahələrlə əlaqəlidir.

Elmin və texnologiyanın inkişafı ilə süni intellekt daha da təkmilləşir və insanların iş və həyat tərzini köklü şəkildə dəyişdirir. Xüsusilə elektron ticarət sahəsində süni intellekt satışların artmasına və əməliyyatların optimallaşdırılmasına güclü dəstək verən bir alətə çevrilib. Hazırda süni intellektin e-ticarətdə tətbiqi əsasən aşağıdakı istiqamətlərdə özünü göstərir.

Süni intellekt və maşın öyrənməsi pərakəndə ticarət sektorunda sürətli dəyişikliklərə səbəb olur. 2019-2024-cü illərdə bu texnologiyanın illik artım tempinin 35%-ə çatacağı gözlənilir.

Capgemini Tədqiqat İnstitutunun məlumatına görə, AI tətbiq edən pərakəndə şirkətlərin 98%-i müştəri şikayətlərinin 15% azalacağını, 99%-i isə satışların eyni nisbətdə artacağını düşünür. Bu gözləntilər süni intellektin verdiyi real üstünlüklərlə əlaqəlidir.

AI sistemləri fasiləsiz müştəri dəstəyi, nağdsız ödənişlər və müştəri tanıma kimi xidmətlər təqdim edərək iş proseslərini avtomatlaşdırır. Bu isə həm xərcləri azaldır, həm də müştəri məmnuniyyətini artıraraq fərqləndirici qatışı alır.

Süni intellekt vasitələri Çatbot

Süni intellekt köməkçisi (çatbot) əsasən müştəri suallarına avtomatik cavab vermək, sadə səs komandalarını yerinə yetirmək və məhsul tövsiyələri təqdim etmək üçün təbii dil emalı sistemindən istifadə edir. E-ticarət saytlarında və mobil səhifələrdə çat dialoqları müştərilərlə fərdi ünsiyyət qurmaq üçün proqramlaşdırılmış maşın öyrənmə alqoritmlərinə əsaslanır.

Çatbotlar istehlakçılara uyğun məhsullar tapmaqda, mövcudluğunu yoxlamaqda, müxtəlif məhsulları müqayisə etməkdə və ödəniş prosesini asanlaşdırmaqda kömək edir. Hər hansı sual və ya şikayət yaranarsa, chatbot müştəriləri müvafiq xidmət personalı ilə əlaqələndirə bilər. İstehlakçılar chatbotlarla mətn, səs və hətta şəkillər vasitəsilə ünsiyyət qura bilirlər.

2017-ci ilin mart ayında Alibaba, Taobao satıcıları üçün "Shop Xiaomi" adlı süni intellekt



əsaslı çatbotunu təqdim etdi. Satıcılar tərəfindən səlahiyyətləndirmə və sazlama prosesi başa çatdıqdan sonra bu chatbotlar bəzi müştəri xidməti vəzifələrini əvəz edər, işçi xərclərini azaldır, istifadəçi təcrübəsini yaxşılaşdırır və xidmət keyfiyyətini artıraraq gecə saatlarında müştəri müraciətlərini daha səmərəli idarə edə bilər. Bundan əlavə, təkrarlanan sualları avtomatik cavablandıraraq müştəri xidmətinin iş yükünü azaldır.

Ağıllı Vizual Axtarış

Şəkil tanıma sistemləri onlayn ticarət saytlarında istifadəçilərə mətn əvəzinə şəkillə axtarış etməyə imkan verir və müvafiq məhsulları tapmağa kömək edir. Vizual axtarış, istifadəçilərin internetdəki hər hansı bir şəkildən bir məhsul seçib, Pinterest-dən oxşar məhsulları göstərməsini istəmələrinə imkan verir, bu da şəkil tanıma proqram təminatından istifadə edir.

Yalan Rəy Aşkarlama

İnternet alış-verişində müştəri rəyləri, istehlakçıların etibarını qazanmaq üçün çox önəmli olub. Dimensional Research-in son araşdırmasına görə, iştirakçıların 90%-i müsbət onlayn rəylərin alış qərarlarına təsir etdiyini bildirib. Lakin saxta rəylər satın alma qərarlarını manipulyasiya edə bilər. Bu məsələnin həlli üçün süni intellektdən istifadə edilə bilər. Məsələn, Amazon da saxta məhsul rəyləri ilə mübarizə aparmaq üçün AI texnologiyasından faydalanır. Amazon-un süni intellekt sistemi yalnız təsdiqlənmiş müştəri alış-veriş rəylərini qəbul edir və digər istifadəçilər tərəfindən faydalı hesab edilən rəylərə üstünlük verir.

Çətinliklər və Etik Məsələlər Süni intellektin (AI) e-ticarətdə daha geniş şəkildə inteqrasiyası ilə əlaqədar etik məsələlər ön planda yer alır (İxtiyarov, 2023). Bu məqalə, AI ilə gücləndirilmiş fərdiləşdirmə ilə bağlı çətinliklər və etik məsələləri araşdırır, o cümlədən məlumat təhlükəsizliyi, alqoritmik meyllilik, fərdiləşdirmə ilə istifadəçi gizliliyi arasındakı incə tarazlıq və e-ticarətdə etik AI təcrübələrini təmin etmək üçün tənzimləyici çərçivələrin və sənaye standartlarının əhəmiyyəti. AI ilə gücləndirilmiş fərdiləşdirmə, istifadəçi davranışı, üstünlükləri və qarşılıqlı əlaqələri də daxil olmaqla, böyük məlumat dəstələrinin analizinə əsaslanır. Bu məlumat yönümlü yanaşma, məzmun və tövsiyələrin daha dəqiq şəkildə fərdiləşdirilməsini təmin etsə də, məlumat təhlükəsizliyi ilə bağlı

ciddi narahatlıqlar yaradır. İstehlakçılar şəxsi məlumatlarının dəyəri və həssaslığı haqqında daha çox məlumatlıdırlar, buna görə də e-ticarət platformaları tərəfindən məlumatlarının necə toplandığı, saxlandığı və istifadə edildiyi ilə bağlı narahatlıqlar yaranır (Rosário və Raimundo, 2021).

İstifadəçi məlumatlarının fərdiləşdirmə məqsədilə qeyri-seçici şəkildə toplanması, gizlilik pozuntularına və icazəsiz girişə səbəb ola bilər. Müştərilər, onların baxış tarixçəsi, alış-veriş nümunələri və şəxsi üstünlüklərinin alqoritmləri məlumatlandırmaq üçün istifadə edilməsi fikri ilə narahat ola bilərlər. Fərdiləşdirilmiş təcrübələr təqdim etmə ilə istifadəçi gizliliyinə hörmət etmə arasında düzgün tarazlığın qorunması, e-ticarət platformalarının müştəri etibarını qorumaq üçün vacibdir. Alqoritmik meyllilik, AI sistemlərində geniş yayılmış bir çətinlikdir və e-ticarətdə ədalətli və obyektiv istehlakçı təcrübələri üçün ciddi təsirlər yaradır (Chen et al., 2023).

AI alqoritmləri tarixi məlumatlardan öyrənir və əgər bu məlumatlarda meyllilik varsa, alqoritmlər qeyri-iradi şəkildə mövcud meylləri davam etdirir və hətta gücləndirir bilər. Bu, diskriminasiya nəticələrinə səbəb ola bilər və müəyyən demoqrafik qruplara orantısız təsir göstərə bilər. E-ticarət sahəsində, alqoritmik meyllilik məhsul tövsiyələrində, qiymət fərqlərində və ya marketinq söylərində diskriminativ hədəfləmədə özünü göstərə bilər (Akter et al., 2021). Məsələn, meylli alqoritmlər bəzi istifadəçilərə yüksək qiymətli məhsullar göstərə bilər və ya irqi, cinsi və ya sosial-iqtisadi vəziyyət kimi faktorlar əsasında fərqli promoshionlar təqdim edə bilər. Alqoritmik meylliliyi həll etmək üçün inkişaf etdiricilər və məlumat alimləri tərəfindən geniş səylər tələb olunur ki, təlim məlumatları müxtəlif, təmsilçi və daxili meyllərdən azad olsun. Alqoritmlərin qərar qəbul etmə proseslərində müntəzəm yoxlamalar və şəffaflıq, meylliliyi effektiv şəkildə müəyyən etmək və düzəltmək üçün vacibdir (Brown et al., 2021).

Gələcək Yönlər və İnnovasiyalar

Elektron ticarət (e-ticarət) inkişaf etməyə davam etdikcə, Süni İntellektin (AI) gələcəkdə bu sahəni yenidən formalaşdıracaq inkişafı və innovasiyaları var (Mohdhar və Shaalan, 2021).

Bu məqalə, AI-nin inkişafı, yeni texnolo-giyalarla qarşılıqlı əlaqə, müəssisələr üçün imkanlar, rəqabətədavamlı bazarda irəlidə qalmaq üçün strategiyalar və AI-nin gələcəyinə təsir edən sosial-iqtisadi amilləri araşdırır.

AI-nin gələcəyi, sənayeni dəyişdirəcək mühüm irəliləyişlər vəd edir. Əsas inkişaf sahələrindən biri təbii dil işlənməsi (NLP) alqoritmlərinin təkmilləşdirilməsidir. Bu inkişaf, chatbotların və virtual köməkçilərin müştəri ilə daha təbii və intuitiv əsaslı şəkildə ünsiyyət qurmasına imkan verəcək [Kang et al., 2020]. AI tərəfindən idarə olunan şəkil və video tanıma texnologiyaları da vizual axtarış bacarıqlarında böyük rol oynayacaq. İstifadəçilər, şəkil və ya ekran görüntüsü yükləyərək məhsul axtara biləcəklər, bu da alış-veriş təcrübəsini daha intuitiv edəcək.

AI-nin gələcəyində, yeni texnologiyalarla daha çox inteqrasiya gözlənilir. Artırılmış Real-lıq (AR) və Virtual Realıq (VR) texnologiyaları AI ilə birləşərək daha interaktiv alış-veriş təcrübələri yaradacaq. Müştərilər məhsulları virtual şəkildə sınaqdan keçirər, evlərində necə görünəcəyini vizuallaşdırır və ənənəvi onlayn alış-verişdən daha fərqli şəkildə əlaqə qura biləcəklər (Cook et al., 2020). Blockchain texnologiyası da e-ticarət əməliyyatlarının təhlükəsizliyini və şəffaflığını artırmağa kömək edəcək. Ayrıca, AI ilə Əşyaların İnterneti (IoT) texnologiyalarının birləşməsi daha əlaqəli və ağıllı bir e-ticarət ekosistemi yaradacaq [Bourg et al., 2021].

E-ticarət sahəsində AI texnologiyalarındakı irəliləyişlər həm fərsətlər, həm də çətinliklər yaradır. Müəssisələr, inkişaf edən AI texnolo-giyalarının tam potensialından istifadə etmək üçün sərmayə qoymalı və strateji yanaşmalar tətbiq etməlidir. AI-nin fərdiləşdirmə və müştəri təcrübələrini optimallaşdırmaqda kömək edəcəyinə inanılır. Eyni zamanda, AI-nin tətbiqi həm də etik məsələlərə, xüsusilə məlumat təhlükəsizliyi və alqoritmik meylliliyə diqqət yetirilməsini tələb edir. Müəssisələr şəffaflıq və istifadəçi icazəsini prioritetləşdirərək müştəri etibarını qazana bilərlər.

Nəticə olaraq, e-ticarətdə AI-nin gələcəyi yeni innovasiyalar və texnoloji inkişaflarla doludur. Müəssisələr bu dəyişikliklərdən faydalana-raq, AI-nin potensialını mənimsəyə və müştərilərə daha yaxşı xidmət göstərə bilərlər.

Nəticə

Elektron ticarət və mobil kommersiya, son illərdə sürətlə inkişaf edən sahələrdir və bu sahələrin gələcəyində süni intellektin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmaqdadır. Süni intel-lekt, bizneslərə daha effektiv əməliyyatlar, fər-diləşdirilmiş müştəri təcrübələri və sürətli xidmətlər təqdim etmə imkanı yaradır. Bu texnologiya, pərakəndə ticarət və e-ticarət sek-toru üçün satışları artırmaq, əməliyyatları opti-mallaşdırmaq və müştəri məmnuniyyətini yüksəltmək üçün vacib bir vasitəyə çevrilib. Bu-nunla yanaşı, süni intellektin istifadəsi bəzi etik məsələləri də ortaya çıxarır, o cümlədən məlu-mat təhlükəsizliyi, alqoritmik meyllilik və isti-fadəçi gizliliyi.

AI texnologiyalarının inkişafı ilə bağlı gələcək proqnozlar, artırılmış reallıq (AR), vir-tual reallıq (VR) və blockchain kimi yeni texno-logiyaların e-ticarətə inteqrasiyasını vur-ğu-la-yır. Bu texnologiyalar müştərilərə daha interak-tiv və təhlükəsiz alış-veriş təcrübələri təqdim edəcək. Lakin, müəssisələr bu inkişaf-lardan faydalanmaq üçün strateji yanaşmalar tətbiq etməli və müştəri etibarını qorumaq üçün etik prinsipləri təmin etməlidirlər. Beləliklə, süni in-tellektin tətbiqi e-ticarət dünyasında həm fərsətlər, həm də çətinliklər yaradır və bu sahədəki innovasiyalar müştərilərə daha yaxşı xidmət göstərə bilmək üçün mühüm bir rol oy-nayacaqdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Mustafa Ayobami Raji, Hameedat Bukola Olodo, Timothy Tolulope Oke, Wilhelmina Afua Addy, Onyeka Chrisanctus Ofodile and Adedoyin Tolulope Oyewole, "E-commerce and consumer behavior: A review of AI-powered personalization and market trends", 2024
2. Ambar Srivastava, "The Application & Impact of Artificial Intelligence (AI) on E-Com-merce" 2021
3. Gupta, S., Borkar, D., De Mello, C., Patil, S. (2015). "An E-Commerce website based on Chatbot", International Journal of Computer Science and Information Technology,
4. Kar, R., & Halder, R. (2016). "Applying Chatbots to the Internet of Things: Opportunities and Architectural Elements". Inter. Journal of Advanced Computer

5. Soni, D.V. (2020). "Emerging roles of Artificial Intelligence in e-commerce", International Journal of Trend in Scientific Research and Development

6. Md Sazibur Rahman, Md Kawsar Ahmed, Tariqul Islam, Mir Abdur Rob, "Artificial Intelligence (AI) for Energizing the E-commerce" 2022

7. Fedorko Richard, Král' Štefan, Král'ová Lenka, "Role of Artificial Intelligence and Machine Learning in E-commerce: a Literature Review" 2025

8. Aljarboa, S. (2024). "Factors influencing the adoption of artificial intelligence in e-commerce by small and medium-sized enterprises". International Journal of Information Management Data Insights

Ransome Epie Bawack, Samuel Fosso Wamba, Kevin Daniel André Carillo & Shahriar Akter, "Artificial intelligence in E-Commerce: a bibliometric study and literature review" 2022

10. Nadire Cavus, Yakubu Bala Mohammed, Mohammed Nasiru Yakubu, "An Artificial Intelligence-Based Model for Prediction of Parameters Affecting Sustainable Growth of Mobile Banking Apps" 2021

11. E.W.T. Ngai, A. Gunasekaran, "A review for mobile commerce research and applications" 2007

12. Varshney, U., Vetter, R. J., & Kalakota, R. (2000). "Mobile commerce: a new frontier."

13. Amjad Abdallah Abdelkarim, "MOBILE COMMERCE" 2010

Ibrahim Mail YAGUBLU

Western Caspian University Master

E-mail: ibrahimyagublu@gmail.com

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CHATBOTS IN MOBILE COMMERCE

Summary

The rapid development of e-commerce in recent years has directly stimulated the development of mobile commerce. Although articles are written about it every day, the use and daily variability of mobile commerce make people, especially those involved in e-commerce, think about it more. Mobile commerce, as a part of e-commerce, is the purchase and sale of services or products via the Internet, but using mobile devices.

This article discusses the role of Artificial Intelligence and chatbots in Mobile Commerce. After the rise of Artificial Intelligence in the last 2 years (mainly ChatGpt presented by OpenAi), it has begun to integrate into almost every field. From micro businesses to government agencies, major institutions around the world have begun to use artificial intelligence as an alternative solution. This integration, in turn, has spread to e-commerce and mobile commerce. It seems that this tool is starting to give better results than expected.

Keywords: mobile commerce, e-commerce, artificial intelligence, chatbot

Ибрагим Mail ЯГУБЛУ

Western Caspian University, Магистр

E-mail: ibrahimyagublu@gmail.com

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЧАТ-БОТОВ В МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ

Резюме

Быстрое развитие электронной коммерции в последние годы напрямую стимулировало развитие мобильной коммерции. Хотя статьи о ней пишутся каждый день, использование и ежедневная изменчивость мобильной коммерции заставляют людей, особенно тех, кто занимается электронной коммерцией, больше думать о ней. Мобильная коммерция, как часть электронной коммерции, представляет собой покупку и продажу услуг или продуктов через Интернет, но с использованием мобильных устройств.

В этой статье обсуждается роль искусственного интеллекта и чат-ботов в мобильной коммерции. После подъема искусственного интеллекта в последние 2 года (в основном Chat-Gpt, представленного OpenAi), он начал интегрироваться практически во все сферы. От микробизнеса до государственных учреждений, крупные учреждения по всему миру начали использовать искусственный интеллект в качестве альтернативного решения. Эта интеграция, в свою очередь, распространилась на электронную коммерцию и мобильную коммерцию. Кажется, что этот инструмент начинает давать лучшие результаты, чем ожидалось.

Ключевые слова: мобильная коммерция, электронная коммерция, искусственный интеллект, чат-бот