



VIII. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

13-14 Aralık 2024 | Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

<https://www.ulk.ist/>



E-Ticarette Yapay Zekâ Kullanımının Etkileri

Özet

Muhammet Çelik

Yüksek Lisans Öğrencisi,

Burdur Mehmet Akif Ersoy
Üniversitesi

muhammetcelik7100@gmail.com

Süreyya Kovacı

Dr. Öğr. Üyesi,

Burdur Mehmet Akif Ersoy
Üniversitesi

skovaci@mehmetakif.edu.tr

Öğrenme ve çözüm sağlama işlevlerini yerine getirmeyi amaçlayan yapay zekâ, günümüz teknoloji çağında hemen hemen her sektörde yaygın olarak kullanılan bir araç haline gelmiştir. Yapay zekânın sağladığı avantajlardan yararlanan E-Ticaret web siteleri ve mobil uygulamalar, sektördeki rekabet dengelerini önemli ölçüde değiştirmiştir. E-Ticaret web sitelerinde yapay zekânın en sık kullanım şekillerinden bazıları kişiye özel oluşturulmuş reklam, içerik ve alışveriş önerileridir. Amazon, eBay, temu ve Spotify gibi büyük kitlelerin kullandığı mobil uygulamalar yapay zekâ destekli araçlar kullanarak müşterilerinin kişisel kullanım alanlarına uygun ürün ve hizmetleri sık sık karşısına çıkarmaktadır. Bu şekilde, müşteriler kendi ihtiyaç ve beğenilerine uygun ürün ve hizmetlere hızlı bir şekilde ulaşarak uygulamanın sunduğu deneyimlerden en yüksek faydayı elde etmektedirler. Bu yönüyle yapay zekâ araçları müşteri deneyimlerini ve mobil uygulama kullanımını arttırmada önemli bir role sahiptir. Bu çalışmanın amacı, e-ticarette öneri motorları, dijital asistanlar ve Chat bot gibi yapay zekâ teknolojilerinin etkilerini incelemektir. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, e-ticaretin müşteri ilişkileri, pazarlama ve satış, veri ve finansal analiz, üretim süreçleri ve tedarik zinciri yönetimi gibi birçok alanda yapay zekâ uygulamalarından faydalanarak gelişmeye devam ettiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler:

e- ticaret, yapay zekâ, dijitalleşme.

Effects of Using Artificial Intelligence in E-Commerce

Abstract

Artificial intelligence, which aims to fulfill the functions of learning and providing solutions, has become a widely used tool in nearly every sector in the current technological era. E-commerce websites and mobile applications that benefit from the advantages



provided by artificial intelligence have significantly changed the competitive balance in the sector. Some of the most common uses of artificial intelligence on e-commerce websites are personalized advertisements, content, and shopping suggestions. Large audiences frequently use mobile applications like Amazon, eBay, Temu, and Spotify, which use artificial intelligence-supported tools to offer products and services suitable for their customers' personal use. In this way, customers can quickly access products and services that suit their needs and tastes and get the most benefit from the experiences offered by the application. In this respect, artificial intelligence tools have an important role in increasing customer experiences and mobile application usage. The aim of this study is to examine the effects of artificial intelligence technologies such as recommendation engines, digital assistants, and chatbots in e-commerce. Examining the studies in this field reveals that artificial intelligence applications continue to advance e-commerce in a variety of areas, including customer relations, marketing and sales, data and financial analysis, production processes, and supply chain management.

Keywords:

e-commerce, artificial intelligence, digitalization.

