

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Т. В. Иванова, студент группы 10504323 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалева*

Резюме – искусственный интеллект является одним из наиболее современных и инновационных инструментов, применяемый во многих сферах экономической и, в частности, маркетинговой деятельности.

Resume – artificial intelligence is one of the most modern and innovative tools in many areas of economic, in particular, marketing activities.

Введение. В любой сфере каждый хочет увеличить прибыльность и качество своего производства. В наши дни в этом помогают компьютерные технологии. Одной из таких, как наиболее современной и гибкой является искусственный интеллект.

Основная часть. Искусственный интеллект имеет множество вариантов применения в маркетинговой деятельности предприятий промышленности. В первую очередь нужно определить основные цели и задачи маркетинговой деятельности вышеуказанных предприятий. Так основными являются: стимулирование потребления, развитие лояльности потребителей, поиск новых рынков для компании, ценообразование.

Для повышения эффективности работы маркетинговой деятельности предприятия промышленности необходимо на постоянной основе развивать методы маркетинговой деятельности и своевременно обновлять инструментарий маркетингового сектора предприятия. Данная потребность появляется в связи с быстро развивающейся сферой информационных технологий и иных способов компьютеризации деятельности предприятий и в общем всех аспектов жизни человека.

Искусственный интеллект позволяет сократить расходы на рабочую силу, а также является хорошим дополнением ко многим процессам в которых требуется креативное мышление и постоянная подпитка процессов новыми «свежими» идеями.

Возвращаясь к вышеуказанным задачам маркетинговой деятельности, искусственный интеллект может быть интегрирован во все задачи, с последующим успешным повышением эффективности работы данного сектора производства и с существенным сокращением расходов в будущей перспективе. В задаче – стимулирование потребления, как пример может быть применена интеграция искусственного интеллекта в рекламные кабинеты социальных сетей производства, для более корректного анализа ЦА и «отдаче» клиентов. Это позволит определить какой аудитории и как лучше предлагать продукт для реализации.

Развитие лояльности потребителей. В данной задаче искусственный интеллект может проводить быструю и своевременную обратную связь по любому продукту предприятия. Поиск новых рынков для компании – искусственный интеллект может в режиме «онлайн» и без лимита по времени проводить мониторинг интернет-ресурсов и баз данных для поиска оптимальных рынков сбыта. В задаче ценообразования искусственный интеллект может помочь в своевременном учете расходов на производство одной товарной единицы и последующей настройке итоговых цен с учетом расходов и иных факторов.

Заключение. Таким образом, искусственный интеллект значительно сокращает влияние человеческого фактора в процессах маркетинговой деятельности, а также является хорошим инструментом для повышения эффективности работы предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Искусственный интеллект в маркетинге: где его используют и как внедрить уже завтра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/marketing/iskusstvennyu-intellekt-v-marketinge-gde-egoispolzuyut-i-kak-vnedrit-uzhe-zavtra>. – Дата доступа: 21.04.2024.
2. Искусственный интеллект в рекламе: реальность и перспективы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sbermarketing.ru/news/artificial_intelligence. – Дата доступа: 21.04.2024.

УДК 338.14

ВЛИЯНИЕ СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЙ И ПАНДЕМИЙ НА ЭКОНОМИКУ

*Е. И. Лобандиевская, студентка группы 10504223 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель. И. Е. Ругалёва*

Резюме – в современном мире, несмотря на стремительное развитие технологий во всех направлениях, такие проблемы как стихийные бедствия и пандемии остаются неподвластны человеку. Стихийные бедствия и пандемии являются непредсказуемыми событиями, которые могут негативно сказаться на экономике не только одного государства, а всего мира.

Summary – in the modern world, despite the rapid development of technology in all directions, problems such as natural disasters and pandemics remain beyond the control of man. Natural disasters and pandemics are unpredictable events that can negatively affect the economy of not only one State, but the whole world.

Введение. Стихийные бедствия и пандемии имеют значительное влияние на экономику государств и общество в целом. Они вызывают разрушения