

Искусственный интеллект как инструмент развития бизнеса

А.А. Савинкин

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. Современный мир переживает четвертую промышленную революцию, или, как ее называют в научном мире, «Индустрия 4.0». Бизнес претерпевает значительные технологические и экономические изменения. Поэтому компаниям необходимо внедрять в свою деятельность инновационные технологии, чтобы оставаться конкурентоспособными. По статистике наибольшее влияние на бизнес на данный момент оказывает искусственный интеллект.

Цель — исследовать влияние искусственного интеллекта на развитие современного бизнеса.

Методы. При исследовании развития ИИ, результативности его применения в различных сферах и бизнес-процессах использованы сравнительный метод, метод графической интерпретации, а также общенаучные методы анализа, синтеза, обобщения теоретического и фактического материала.

Результаты. В ходе исследования выявлен заметный рост рынка искусственного интеллекта. Так, согласно отчету авторитетного американского издательства «PrecedenceResearch», был спрогнозирован рост рынка искусственного интеллекта до 2032 года. По прогнозам, темп роста рынка искусственного интеллекта должен составить 19 % (рис. 1) [1].

Такой рост обусловлен тем, что искусственный интеллект создает для компаний новые возможности, благоприятно воздействуя на все процессы бизнеса. Согласно проведенному специалистами исследованием «Искусственный интеллект в России — 2023: тренды и перспективы», ИИ чаще всего внедряют в следующих сферах: банковский сектор, здравоохранение, маркетинг, логистика, производство, торговля (рис. 2) [2].

Так, например, в медицине ИИ активно используют для борьбы с вирусами. ИИ позволяет прогнозировать возможные эпидемии в будущем, что позволяет оперативно к ним подготовиться. Кроме того, с помощью ИИ разрабатываются новые лекарства и вакцины.

Как свидетельствует проведенное исследование, технологии ИИ оказывают значительное влияние на основные бизнес-процессы, а именно:

1. Логистика. ИИ способен оптимизировать маршруты доставки товаров, анализируя всю информацию о дорожной обстановке. ИИ используют для управления складскими запасами, чтобы избежать дефицита

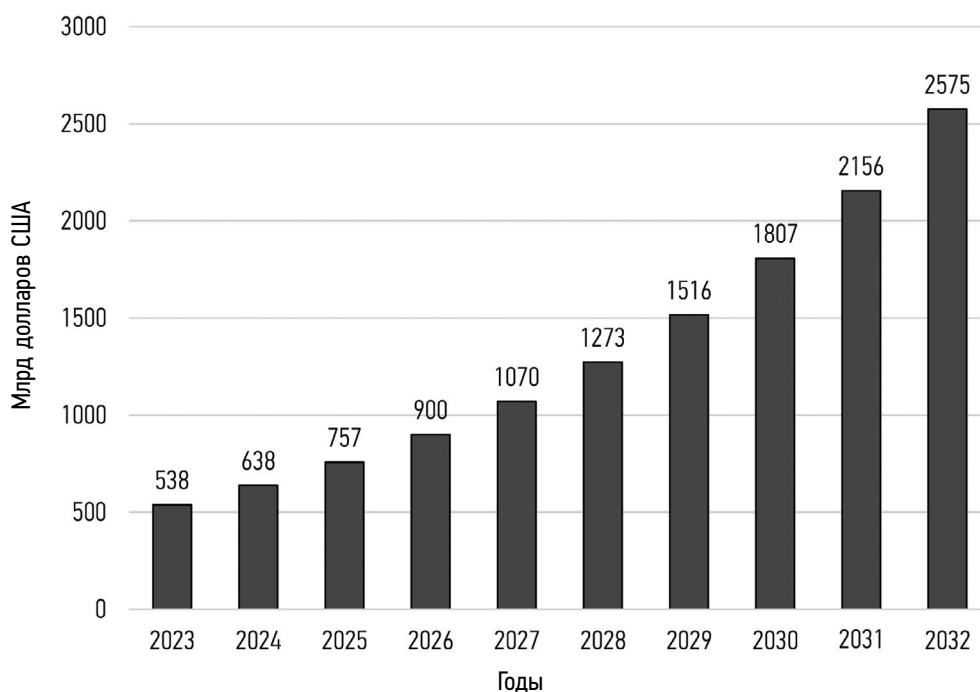


Рис. 1. Рост рынка искусственного интеллекта (2023–2032 гг.)



Рис. 2. Доли отраслей с наибольшим потенциалом внедрения ИИ

или профицита товаров на нем, а также для предотвращения краж и несчастных случаев на складах и в процессе доставки.

2. Маркетинг. Внедряя виртуальных помощников и чат-ботов, ИИ может снизить рабочую нагрузку и трудозатраты, а создавая персонализированные предложения только для целевой аудитории, ИИ может сделать рекламу более эффективной и рентабельной без ущерба для бюджета.

3. Производство. ИИ оптимизирует весь процесс производства, начиная с автоматизации рутинных задач, заканчивая контролем качества продукции. Достигается это путем минимизации влияния человека на производство, что позволяет снизить фактор человеческой ошибки до минимума.

4. Финансы. ИИ способен управлять инвестиционным портфелем компании, рекомендуя наиболее привлекательные активы для инвестиций. В банковской сфере ИИ помогает справедливо провести оценку кредитоспособности заемщиков.

5. Менеджмент. ИИ на основе анализа больших массивов данных предлагает компаниям оптимальные стратегические решения.

Выводы. Таким образом, технологии ИИ оказывают значительное влияние на основные бизнес-процессы компаний, повышают продуктивность, снижают расходы, автоматизируют большинство рутинных задач, исключают ошибки человеческого фактора.

Ключевые слова: искусственный интеллект; бизнес-процессы; инновационные технологии; конкурентоспособность; устойчивое развитие.

Список литературы

- precedenceresearch.com [Электронный ресурс]. Artificial intelligence (AI) Market size, growth, report by 2032 [дата обращения: 18.04.2024]. Режим доступа: <https://www.precedenceresearch.com/artificial-intelligence-market>
- Яков и Партнеры, Яндекс. Искусственный интеллект в России — 2023: тренды и перспективы. 2023. 80 с.

Сведения об авторе:

Андрей Андреевич Савинкин — студент, группа 7220-380402D, Институт экономики и управления; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: andrei.savinkin2@mail.ru

Сведения о научном руководителе:

Тамара Борисовна Заводчикова — кандидат экономических наук; доцент кафедры общего и стратегического менеджмента; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: toma.zavod@gmail.com