

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

В условиях современного бизнеса торговля и ресторанный сектор стремятся к повышению эффективности через инновационные методы, в частности через использование искусственного интеллекта. В основе любой системы искусственного интеллекта лежит принцип машинного обучения. Что вообще значит машинное обучение? Говорят, что программа обучается на опыте E относительно класса задач T в смысле меры качества L , если при решении задачи T качество, измеряемое мерой L , возрастает при демонстрации нового опыта E [1].

Для понимания возможностей и перспектив развития искусственного интеллекта стоит обратить внимание на уже существующие стратегии применения:

- производители йогуртов EPICA используют нейросети DALL-E 2 и MidJourney для создания визуального контента в социальных сетях, привлекая внимание подписчиков;

- компания «МТС» интегрирует предиктивную аналитику и рекомендательные системы, обрабатывая данные, выявляя тренды и предоставляя персонализированные рекомендации;

- «Додо Пицца» с помощью искусственного интеллекта разработала рецепт пиццы, который учитывает молекулярную сочетаемость ингредиентов;

- первый в мире автономный роботизированный кухонный помощник Flipru. На данный момент робот Flipru используется в нескольких ресторанах сети CaliBurger в США и других странах мира.

Среди преимуществ использования искусственного интеллекта в торговле выделяют значительное увеличение производительности, рост объема обработанных данных, полную автоматизацию бизнес-процессов, увеличение кибербезопасности, персонализацию для клиентов [2].

Преимущества использования технологий искусственного интеллекта в обслуживании клиентов — это круглосуточный сервис; быстрые ответы на вопросы клиентов; предоставление клиенту только той информации, которую он запросил, отсутствует ненужная информация; персонализированные рассылки клиентам благодаря сбору информации о пользователях; сбор отзывов клиентов, который позволяет улучшить качество товаров и услуг [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что технологии искусственного интеллекта, несомненно, выгодны для использования

в торговой деятельности. Они помогают организациям торговли в выполнении различных задач и имеют множество преимуществ при использовании.

Источники

1. *Митчелл, Т. М.* Машинное обучение / Т. М. Митчелл. — Нью-Йорк : McGraw Hill, 1997. — 432 с.
2. *Набиев, Э. Ш.* Внедрение искусственного интеллекта в бизнесе / Э. Ш. Набиев // *Инновации и инвестиции*. — 2019. — № 7. — С. 51–53.
3. *Жилина, И. Ю.* Искусственный интеллект в электронной торговле (Обзор) / И. Ю. Жилина // *Соц. и гуманитар. науки: Отечеств. и зарубеж. лит. Сер. 2, Экономика: Рефератив. журн.* — 2020. — С. 142–148.