

объем реализованной продукции как индикатор конкурентоспособности; маркетинговую активность – интенсивность и результативность маркетинговых мероприятий; рейтинг – сравнительный анализ конкурентоспособности по цене, качеству, сервису; рыночную власть – степень влияния организации на рынок.

Предложена матрица визуализации эффективности функционирования, основанная на двухмерной системе координат (доходность – рыночное положение), позволяющая анализировать рыночную активность организаций и прогнозировать изменения.

Применение системы показателей способствует всесторонней оценке эффективности деятельности организаций, повышению качества стратегического управления и адаптации к изменяющимся условиям, формированию конкурентных стратегий на основе объективных данных.

Апробация методики на 20 организациях подтвердила ее эффективность, продемонстрировав ускорение адаптации к изменяющейся рыночной среде, снижение субъективности управленческих решений, усиление аналитической функции и повышение качества стратегического планирования.

### Список использованных источников

1. Балабанович, О. Совершенствование системы управления посредством формирования системы оценочных показателей эффективности функционирования предприятия / О. А. Балабанович, И. Д. Балабанович // Маркетинг в России и за рубежом. – 2024. – № 5. – С. 46–57.

С. Е. Барыкин  
д-р экон. наук, профессор,  
Санкт-Петербургский  
политехнический университет  
Петра Великого, Россия

Н. С. Алексеева,  
канд. экон. наук, доцент,  
Санкт-Петербургский  
политехнический университет  
Петра Великого, Россия

## ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТАВСЕЛЕННОЙ: ОБЗОР ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ

### Аннотация

В статье рассматриваются ключевые аспекты развития метавселенной, её влияние на различные сферы жизни и основные вызовы, с которыми она сталкивается. Особое внимание уделено анализу потенциальных преимуществ и рисков, связанных с её внедрением.

Цель исследования – расширить понимание концепции метавселенной и её роли в формировании будущего.

**Ключевые слова:** метавселенные, искусственный интеллект.

Идея метавселенной впервые была описана Нилом Стивенсоном в романе «Лавина», где автор представил виртуальный мир, объединяющий людей. Позже эта концепция воплотилась в проектах, таких как Second Life, которые стали первыми платформами для создания виртуальных сообществ. Сегодня метавселенная выходит за рамки игровой индустрии, превращаясь в пространство для экономической и социальной активности.

Метавселенная открывает широкие возможности для общества. В экономической сфере она способствует созданию виртуальных рынков и новых рабочих мест, что стимулирует развитие цифровой торговли. Социальные аспекты также играют важную роль:

метавселенная расширяет границы общения, объединяя людей из разных стран в одном виртуальном пространстве. В образовании она предлагает новые форматы обучения, делая его более интерактивным и доступным. Технологические инновации, такие как искусственный интеллект и блокчейн, находят применение в управлении цифровыми активами и создании интеллектуальных виртуальных помощников.

Метавселенная, несмотря на свои очевидные преимущества, сталкивается с рядом серьёзных вызовов, которые требуют рассмотрения. Одной из ключевых проблем является обеспечение безопасности данных. Нельзя игнорировать и этические вопросы, связанные с развитием метавселенной. Для решения всех названных проблем необходим комплексный подход, включающий в себя разнообразные стратегии и методы, а контроль информационно-технологического процесса в настоящее время является ключевым аспектом сохранности развития.

### **Заключение**

Метавселенная становится ключевой частью развития технологий и социальных структур, открывая нам двери в мир новых перспектив, но и порождая ряд сложных задач. Чтобы эффективно интегрировать метавселенную в нашу ежедневную жизнь, потребуется комплексный подход, охватывающий инновационные, законодательные и образовательные инициативы. Наше будущее в этой сфере будет зависеть от сотрудничества создателей технологий, руководителей государств и потребителей, поскольку только их совместные усилия способны обеспечить устойчивое развитие и цифровое преобразование.

### **Список использованных источников**

1. Алексеева, Н. С. Сетецентрические организации как новая основа управления научно-техническим сотрудничеством / Н. С. Алексеева, С. Е. Барыкин // *Мировая экономика и бизнес-администрирование* : сб. материалов и докл. XX Междунар. науч.-практ. семинара, г. Минск, 2–3 октября 2024 г. – Минск : Четыре четверти, 2024. – С. 10–11. – EDN RQKHST.

2. Барыкин, С. Е. Управленческие модели координации участников инновационной экосистемы / С. Е. Барыкин, Н. С. Алексеева // *Тенденции экономического развития в XXI веке* : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 25-летию экон. фак. БГУ, Минск, 28–29 февраля 2024 года. В 2 ч. – Минск : 2024. – С. 266–268. – EDN DBHYUU.

В. Е. Бутеня,  
канд. экон. наук,  
БГЭУ (г. Минск)  
e-mail: uladzimir.butenia@gmail.com

М. В. Самойлов,  
канд. техн. наук,  
БГЭУ (г. Минск)

## **РИСКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РЕКЛАМЕ**

По данным Bain & Company, мировой рынок продуктов, связанных с искусственным интеллектом (ИИ), стремительно растет и к 2027 году достигнет 990 млрд долл., поскольку быстрое внедрение этой технологии кардинально преобразует компании и экономику [1].

ИИ в рекламе имеет преимущества и адаптируется к изменяющимся потребностям рынка, а также реагирует на изменения в поведении потребителей. Однако, использование ИИ имеет не только преимущества, но и недостатки, которые требуют внимательного рассмотрения и регулирования. Для большего эффекта компании должны инвестировать в обучение персонала и разработку систем контроля качества, чтобы минимизировать риски.

К основным рискам использования ИИ относят: этические риски, потерю рабочих мест, безопасность и приватность данных, инциденты и аварии автономных систем, зависимость от технологии, отсутствие ответственности, социальные неравенства и другие [2].