

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ГЕНЕРАТИВНОГО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОЗДАНИИ КОНТЕНТА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

**Мордвинова Ж. С.**

УО «Гродненский государственный аграрный университет»  
г. Гродно, Республика Беларусь

В последние годы наблюдается заметный рост возможностей искусственного интеллекта (ИИ) и все более широкое его применение в различных сферах, включая интернет-маркетинг. В связи с этим возникает проблема эффективного использования новых технологий.

В интернет-маркетинге искусственный интеллект применяется в следующих направлениях:

- генерация и обработка контента;
- создание индивидуальных предложений и рекомендаций на основе сбора и анализа больших объемов данных о потребителях;
- аналитика и прогнозирование потребительского поведения;
- оптимизация рекламных кампаний;
- коммуникация с потребителями: чат-боты, виртуальные ассистенты и голосовые помощники, модерирование комментариев.

Одной из основных задач интернет-маркетинга является создание контента. Поэтому при внедрении искусственного интеллекта многие компании наиболее широко используют генеративные нейросети.

Генеративный ИИ – направление искусственного интеллекта, которое отвечает за создание нового контента по запросу пользователя. Основные формы создаваемого контента: текст, изображения, аудио, видео.

За последние годы значительное влияние на развитие генеративного ИИ оказало появление чат-бота ChatGPT, разработанного компанией OpenAI. ChatGPT стал доступен в 2022 году и быстро стал популярным благодаря широким возможностям. ChatGPT способен вести диалог, генерировать тексты на разных языках на основе данных из сети Интернет, переводить документы, редактировать статьи, искать ключевые слова по заданной тематике и многое другое. ChatGPT создан на основе модели GPT, новейшая версия которой GPT-4 выпущена в марте 2023 года.

По технологии GPT производителями программного обеспечения разработан ряд приложений и интернет-сервисов, которые предназначены либо для комплексной поддержки интернет-маркетинга, либо специализируются на отдельных направлениях.

Например, платформа Jasper, созданная на основе GPT-4, считается одним из лучших инструментов копирайтинга. MarketMuse является универсальным маркетинговым инструментом для оптимизации больших объемов разнообразного контента (целевые страницы, электронные письма, статьи, рекламные материалы). Генератор электронной почты GetResponse AI автоматизирует процесс создания электронной почты. AdCreative AI ориентирован на создание высококачественных рекламных объявлений. Pictory является одним из популярных сервисов искусственного интеллекта для генерации видео. Midjourney – одна из прогрессивных технологий для создания изображений.

Многие компании уже активно используют генеративный ИИ в своей маркетинговой деятельности. Так, The Washington Post использует бота Heliograf для создания новостей и статей. Бот способен подставить данные и фразы в заранее разработанные шаблоны и за секунды выдать результат [1]. В Alibaba Group искусственный интеллект вместо копирайтеров создает описание товаров на основе ссылок на их страницы со скоростью 20 тысяч строк текста в секунду [2]. Сервис Harvey в основном используются в юридическом секторе, он может извлекать контекст из сложных юридических терминов и создавать контракты для нескольких заинтересованных сторон.

Согласно прогнозу IDC, расходы компаний на генеративный ИИ в 2023 г. достигнут 15,9 млрд. долларов в мире. Причем эти расходы будут эффективны для большей части компаний [3]. По данным Goldman Sachs, за счет генеративного искусственного интеллекта возможно увеличение мирового ВВП на 7 % и прирост производительности на 1,5 п. п. в ближайшие 10 лет [4]. В то же время исследование VentureBeat показывает, что лишь немногие крупные компании планирует увеличить расходы на генеративный ИИ [5]. Большая часть сервисов с генеративным ИИ в настоящий момент является платной. Для некоторых организаций использование ИИ затрудняется тем, что их данные хранятся в разных местах и не всегда доступны в сети.

Таким образом, развитие генеративного искусственного интеллекта открывает множество возможностей для интернет-маркетинга. Использование генеративного ИИ позволяет обрабатывать огромные объемы информации, полученной из различных источников, экономит расходы, позволяет персонализировать маркетинговые кампании, увеличивает продуктивность персонала.

Современные технологии позволяют генерировать контент, который трудно отличить от созданного человеком. В то же время искусственный интеллект не всегда создает качественный текст.

Человеческий фактор остается главным, особенно при создании научного текста, контента с множеством важных деталей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. The Washington Post's robot reporter has published 850 articles in the past year [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://digiday.com/media/washington-posts-robot-reporter-published-500-articles-last-year/>. – Дата доступа: 12.02.2024.
2. Alibaba Debuts 'AI Copywriter' [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.alizila.com/alibaba-debuts-ai-copywriter/>. – Дата доступа: 12.02.2024.
3. IDC Forecasts Spending on GenAI Solutions Will Reach \$143 Billion in 2027 with a Five-Year Compound Annual Growth Rate of 73.3 % [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS51310423>. – Дата доступа: 12.02.2024.
4. Generative AI could raise global GDP by 7 % [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.goldmansachs.com/intelligence/pages/generative-ai-could-raise-global-gdp-by-7-percent.html>. – Дата доступа: 12.02.2024.
5. More than 70 % of companies are experimenting with generative AI, but few are willing to commit more spending [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://venturebeat.com/ai/more-than-70-of-companies-are-experimenting-with-generative-ai-but-few-are-willing-to-commit-more-spending/>. – Дата доступа: 12.02.2024.

УДК 338.5

### МЕХАНИЗМ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

**Пантелеева И. И.**

Институт бизнеса Белорусского государственного университета  
г. Минск, Республика Беларусь

Повышение эффективности АПК является важным условием обеспечения продовольственной безопасности Республики Беларусь. В целях повышения эффективности АПК приняты Концепция продовольственной безопасности, Государственная программа развития агробизнеса на 2021-2025 гг., Доктрина национальной продовольственной безопасности до 2030 г. и др.

В экономической науке категория «эффективность» является достаточно сложным, многогранным и широко применимой в различных областях науки и практики. Под эффективностью понимают относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата, получаемого за определенный период времени к затратам, расходам, обусловившим его получение. Для оценки эффективности функционирования организаций АПК используются показатели рентабельности (доходности, прибыльности). В зависимости от объекта, относительно которого применяется данное понятие, выделяют различные его виды. С точки зрения