

НЕЙРОСЕТИ В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

В настоящее время нейросети становятся все более популярными в различных областях, включая маркетинг. Использование нейросетей в маркетинге может помочь компаниям улучшить свои стратегии продаж, а также повлиять на поведение потребителей. В данной научной работе проведено исследование мнения студентов экономических специальностей о применении нейросетей в маркетинге. Рассмотрены актуальные аспекты темы, такие как эффективность использования нейросетей, их преимущества и недостатки, а также возможные риски и ограничения в маркетинге. Цель проведенного исследования – выявить отношение и готовность студентов экономических специальностей использовать нейросети в маркетинге в своей будущей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: нейросеть, современный маркетинг, тенденции развития, эффективность, студенты экономических специальностей

Нейросети становятся все более популярными в различных областях, включая маркетинг. В современном маркетинге нейросети стали одной из ключевых технологий, способных значительно улучшить эффективность рекламных кампаний и анализ данных. Нейросети представляют компьютерные системы, способные обучаться на основе больших объемов информации и принимать решения на основе полученных знаний [1]. Они имитируют работу человеческого мозга, способны обнаруживать закономерности и паттерны в данных, что делает их незаменимыми инструментами для маркетологов [2].

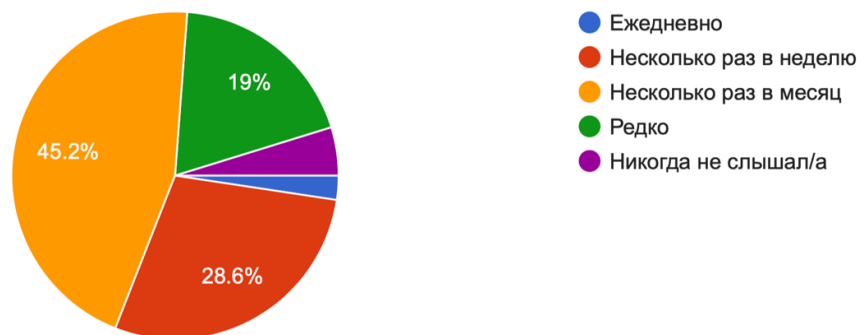
Использование нейросетей в маркетинге может помочь компаниям улучшить свои стратегии продаж, а также предсказать поведение потребителей. Нейросети могут использоваться для анализа данных клиентов и создания персонализированных рекомендаций, генерации текстов, картинок, создания презентаций, рекламных роликов и многое другое [1; 2]. Нейросети позволяют собирать и анализировать большие объемы данных, находить зависимости в этих связях и предсказывать поведение потенциальных клиентов [2; 3].

В рамках настоящего исследования проведен анализ мнения студентов экономических специальностей относительно применения нейросетей в маркетинге и оценка отношения маркетологов, сталкивающегося с нейросетями в своей работе. Цель исследования заключалась в том, чтобы узнать отношение будущих маркетологов и менеджеров к использованию нейросетей в сфере маркетинга. Задачами исследования являются определение степени осведомленности студентов о возможностях и преимуществах использования нейросетей в современном маркетинге, а также выявление их мнения о перспективах использования и совершенствования данной технологии. Выдвигается гипотеза исследования: если значительное количество студентов экономических специальностей будет заинтересовано в использовании нейросетей, это закономерно повлияет на расширение использования нейросетей в маркетинге, скорость внедрения данного ресурса и повсеместное распространение в данной сфере.

Исследование мнения студентов экономических специальностей позволит получить представление о том, насколько широко известна, и принята данная технология в академической среде. Полученные результаты будут полезны для понимания роли нейросетей в современном маркетинге и помогут определить направления дальнейших исследований и развития данной технологии в сфере маркетинга.

Участие в опросе приняли студенты 1-го и 2-го курсов Института бизнеса БГУ специальности бизнес-администрирование, а также специальности маркетинг [4]. Первый вопрос касался осведомленности респондентов о применении нейросетей в маркетинге. Результаты показали, что студенты периодически слышат об этой теме, но пока она не на пике популярности и знакома не каждому (см. рисунок).

Большая часть респондентов считает, что нейросети влияют на развитие современного маркетинга положительно или очень положительно (54,8 % и 16,7 % соответственно), около четверти – нейтрально (26,2 %) и лишь один респондент считает это влияние отрицательным.



Как часто вы слышали о применении нейросетей в сфере маркетинга?

Студенты считают, что в большей степени использование нейросетей аспектами затронуло анализ данных, выявление трендов, персонализацию рекламы и предложений, целевую аудиторию и сегментацию.

В качестве преимуществ использования нейросетей в маркетинге респонденты, прежде всего, выделили улучшение качества и эффективности рекламных кампаний (69 %), повышение релевантности рекламы (47,6 %), более точное определение целевой аудитории и сегментации (59,5 %), создание более персонализированных предложений и рекламы (52,4 %). Вариант «улучшение качества продукции» они посчитали самым нерелевантным из всех предложенных.

Отвечая на вопрос: «Какие ограничения и проблемы Вы видите в применении нейросетей в маркетинге?», студенты назвали риск нарушения конфиденциальности и безопасности покупателей (51,2 %) и недостаточную прозрачность и объяснимость результатов работы нейросетей (46,3 %) самыми важными угрозами использования нейросетей в маркетинге, отодвинув на второй план отсутствие квалифицированных специалистов для работы с нейросетями (39 %).

Будущие специалисты считают, что нейросети в маркетинге будут востребованы и плотно войдут в рабочий процесс каждого маркетолога. Это показывает статистика ответов: 47,6 % – востребованы и распространены, 23,8 % – очень востребованы и распространены, 28,6 % – умеренно востребованы и распространены.

Респонденты подтверждают неизбежность использования нейросетей в маркетинговых стратегиях, так 85,7 % респондентов планируют начать использовать нейросети в маркетинговых стратегиях в своем будущем бизнесе.

Для более обоснованного результата авторы обратились к экспертному мнению специалиста в сфере маркетинга по поводу использования нейросетей в маркетинге. Был получен следующий ответ: *«Если рассматривать нейросети для генерации визуала, то почему бы и нет: бюджет в разы меньше, не надо собирать команду, контролировать процесс и т.д. Так же и с текстом: можно сгенерировать через нейросети прекрасный глубокий текст очень быстро, но есть ощущение, что за этим текстом нет души, нет смысла. Но может, если я была бы по ту сторону экрана и читала, вполне возможно, я и не поняла бы, что это сгенерировала программа... Помогает этот процесс? – Вполне возможно. Тормозит? – Думаю, нет. Это нормально, что все новые процессы сначала непривычны нам. Другой момент, как выполняет свою работу человек, и какой он вкладывает туда смысл, а нейросеть? Поэтому, я все равно пока больше за живые визуалы, за копирайтера, который генерирует текст, за команду и людей, которые стоят за процессом. Но, может мне пока просто непривычно и тяжело перестроиться».*

Исходя из результатов проведенного исследования, можно предположить, что будущее нейросетей в маркетинге оказывается очень перспективным. Нейросети позволяют анализировать большие объемы данных и извлекать ценную информацию для принятия решений в сфере маркетинга. Они могут быть использованы для прогнозирования трендов и предсказания поведения потребителей, что помогает компаниям разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии.

Нейросети также могут:

автоматизировать процессы рекламы и продвижения товаров и услуг;

– анализировать поведение пользователей в реальном времени и предлагать персонализированные рекламные сообщения, что повышает эффективность рекламных кампаний.

Результаты исследования подтверждают выдвинутую ранее гипотезу, и несмотря на то, что сложно точно спрогнозировать скорость распространения и внедрения нейросетей в маркетинг,

можно сделать вывод, что проявленная заинтересованность будущих представителей бизнес-среды во внедрении нейросетей в свой бизнес закономерно влияет на распространение их применения в данной сфере.

Но, встает вопрос о том, что, если нейросети и смогут автоматизировать и упростить многие рабочие процессы, смогут ли они заменить человека? Этот вопрос остается открытым. Однако, чего стоит ожидать, так это внедрения нейросетей в нашу жизнь и сфера маркетинга не является исключением.

Список использованных источников

1. *Тильная, Д.* Нейросети для маркетологов [Электронный ресурс] / Д. Тильная // Блог ОкоCRM. – Режим доступа: <https://okocrm.com/blog/nejroseti-dlya-marketologov/>. – Дата доступа: 24.10.2023.
2. Нейросети в маркетинге: как они применяются [Электронный ресурс] // Блог проекта CyberMarketing.ru. – Режим доступа: <https://blog.cybermarketing.ru/nejroseti-v-marketinge/>. – Дата доступа: 24.10.2023.
3. *Громов, А.* Нейросети для маркетологов: 20 лучших ИИ-сервисов для роста бизнеса [Электронный ресурс] / А. Громов // Блог Weblum – Режим доступа: <https://ru.weblum.com/blog/nejroseti-dlja-marketologov/>. – Дата доступа: 24.10.2023.
4. Форма для опроса студентов Института бизнеса БГУ. – Режим доступа: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdq6vtedkbPHbdcN6fL3MrCKr1cYuZsUylEpsY96Xs9hTPU_g/closedform. – Дата доступа: 24.10.2023.