

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СФЕРЕ

Ю. Ю. Купоров¹⁾, С. С. Моисеева²⁾

¹⁾ кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия, finik63@yandex.ru

²⁾ кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А. Л. Штиглица, г. Санкт-Петербург, Россия, s.sofia.s@mail.ru

Авторы проводят исследование искусственного интеллекта и его воздействие на художественный рынок в условиях цифровизации экономики. В данной научной статье выделены преимущества и недостатки искусственного интеллекта, которые меняют цели и стратегии развития компаний, помогая бизнесам стабильно функционировать в условиях жесткой конкуренции в художественной сфере.

Ключевые слова: искусственный интеллект; цифровая экономика; экономика в художественной сфере.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ITS IMPACT ON THE ECONOMY IN THE ARTISTIC SPHERE

Y. Y. Kuporov¹⁾, S. S. Moiseeva²⁾

¹⁾ PhD in economics, associated professor, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia, finik63@yandex.ru

²⁾ PhD in economics, associated professor, department of humanitarian and engineering disciplines, St. Petersburg State Academy of Arts and Industry named after A. L. Stieglitz, St. Petersburg, Russia, s.sofia.s@mail.ru

The authors conduct the study of artificial intelligence and its impact on the art market in the context of digitalization of the economy. This scientific article highlights the advantages and disadvantages of artificial intelligence, which change the goals and development strategies of companies, helping businesses to function stably in conditions of fierce competition in the artistic field.

Keywords: artificial intelligence; digital economy; economy in the artistic sphere.

Одной из наиболее впечатляющих инноваций в мире является развитие искусственного интеллекта (ИИ). Устойчивое словосочетание искусственный интеллект (ИИ) или artificial intelligence (AI) начали использовать в 1956 году. ИИ – это набор технологий, позволяющий машине или программе выполнять задачи, анализировать и обрабатывать колоссальный объем данных; распознавать разговорную речь, образы и тексты; идентифицировать информацию; выявлять закономерности; определять мошенничество; проводить анализ бизнеса и давать ответы на вопросы беспокоящие человечество. ИИ открывает новые возможности в сфере образования и искусства, а именно: может создавать абстрактные картины, воспроизвести и сгенерировать музыку и даже смонтировать фильм и анимацию.

Искусственный интеллект стал неотъемлемой частью современного мира. В данной статье рассмотрим, как технологии ИИ влияют на различные аспекты искусства и культуры с экономической точки зрения, привнося новые возможности развития для творческих индустрий.

Первым важным фактором является использование ИИ в создании искусства. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать тысячи произведений искусства: выделять общие черты, комбинировать разные художественные стили и создавать уникальные произведения искусства. Это приводит к развитию новых художественных направлений и стилей, объединяющих творчество человека и машины. Количество художников создающих новые арт-проекты с использованием нейросетей растет, поднимая актуальные вопросы авторского права и вклада художника в процесс производства, а также оценки и продажи произведения искусства на арт-рынке. На аукционе Christie's в Нью-Йорке продали первое в истории оригинальное художественное произведение – «Портрет Эдмонда де Белами» за 432,5 тысяч долларов, созданное искусственным интеллектом в 2018 [1]. Учитывая, что первоначальная оценка полотна составляла 10 тысяч долларов. Данный результат превзошёл ожидания в 43 раза.

Искусством маркетинга всегда было привлечение внимания потребителей к товарам и услугам, а также их продвижение. Благодаря ИИ, маркетологи владеют ценной и актуальной информацией, которая позволяет оптимизировать бизнес-процессы и повысить общую эффективность кампаний на рынке.

Искусственный интеллект меняет подходы к продвижению товаров и услуг и создает новые маркетинговые задачи, а именно:

1. Персонализация. ИИ исследует манеру поведения пользователей на сайте на основе их предыдущих запросов, интересов и покупок, чтобы предложить им наиболее релевантные товары и услуги. Вероятность покупки повышается за счет анализа ИИ и клиента.

2. Автоматизация маркетинговых кампаний. Искусственный интеллект повышает эффективность рекламы, тем самым сокращает бюджет компании выделенный на рекламу, привлекая целевую аудиторию на сайт. Благодаря ИИ пользователи сайта желающие купить сопутствующие товары или услуги не исключаются из рекламных сегментов. С помощью ИИ можно автоматически определить на каких сайтах и в какое время, лучше всего показывать рекламные объявления конкретным пользователям.

3. Прогнозировать спрос на определенные товары и услуги. Производя анализ колоссального объема информации, ИИ может предсказать будущие направления в развитии потребительского рынка, позволяя компаниям получить конкурентное преимущество.

4. Чат-боты и виртуальные цифровые помощники. Чат-боты с использованием ИИ понимают клиентов, поддерживая живое общение и предоставляют возможность обслуживать их в реальном времени. Чат-боты и виртуальные цифровые помощники на базе ИИ используются для развития бизнеса, помогая целевой аудитории с подбором товара или услуги, оптимизируя время на оформление заказа, тем самым увеличивая продажи.

5. Оптимизация техподдержки. Благодаря инструментам на базе ИИ, снижается нагрузка на человека так как ИИ создает базу знаний и ответов на частые вопросы клиентов.

6. Минимизация ошибок. ИИ автоматизирует систему, исходя из этого исключает из процесса «человеческий фактор», что ведет к улучшению уровня предоставляемых услуг.

7. Оптимизация запасов. На основе прогнозов ИИ компании могут оптимизировать свой ассортимент товаров и услуг, увеличить количество востребованных и сократить количество невостребованных товаров и услуг.

8. Реакция на изменения рынка. ИИ помогает бизнесу на основе быстрого анализа данных оперативно реагировать на динамику рынка, перестраивая стратегию развития компании, что помогает компании выжить в конкурентной борьбе [2].

Компании с каждым днем все больше заинтересованы во внедрении технологий искусственного интеллекта в свои процессы. Внедрение ИИ в компанию заключается в следующих преимуществах:

- **Автоматизация процессов.** Внедрение ИИ становится экономически выгодной. Внедрение новых технологий, роботов на производство автоматизирует весь процесс снижая нагрузку на человека, повышая производительность труда.

- **Контроль и оптимизация производственных процессов на базе ИИ.** Технологии позволяют эффективно контролировать производственные линии, исключая из процесса вероятность ошибки.

- **Производительность труда и качество производства.** Точечное внедрение ИИ на предприятие и симбиоз с человеком повышают показатели производительности труда и качество работы в различных областях экономики.

- **Совершенствование процесса принятия решений в компании и на производстве.**

Благодаря анализу большого количества информации и данных, руководители могут принимать правильные и значимые решения стремительно.

- **Расширение возможностей для творческих задач.** ИИ и его взаимодействие с художниками и дизайнерами позволяет сократить время на поиск информации, автоматизировать стандартные задачи в дизайне, а именно создание макетов, подбор цветовой гаммы и шрифтов для редактирования изображений, позволяя выделить больше времени на развитие и обучение новым программам. ИИ встраивается в цепочку связей заказчик - дизайнер расширяя возможности их союза, уменьшая сроки проектирования.

К недостаткам ИИ можно отнести:

- **Доступность данных.** Основными рисками системы ИИ является утечка конфиденциальной информации и данных, потери или отсутствие данных, использование искаженной информации, связи с этими факторами увеличивается риск мошенничества. Актуальный вопрос стоящий перед разработчиками ИИ защита информации и данных от злоумышленников.

- **Нехватка квалифицированных специалистов.** Препградой внедрения технологии ИИ становится нехватка квалифицированных кадров с опытом работы в данной области.

- **Сроки и стоимость реализации ИИ-разработок.** Именно сроки реализации является определяющим фактором при формировании стоимости проектов. К сожалению, компании могут нести колоссальные убытки при срыве сроков.

- **Принятие гуманистических решения в разработках ИИ.** Как любая инновация ИИ зависят от человека. ИИ могут принимать решения без участия человека, нарушая этические принципы и нормы, что может привести к непредсказуемым последствиям для человечества.

Важно подчеркнуть, что технологии ИИ не только оптимизируют производство, но и изменяют маркетинговые стратегии продвижение товаров и услуг на рынке, что позволяет компаниям оптимизировать расходы и повысить их конкурентные преимущества.

Ключевыми вопросами остается, как оценить роль человека и машины в творческом процессе? Как сохранить авторское право, когда алгоритмы создают произведения искусства?

В заключении статьи можно отметить, что внедрение искусственного интеллекта в цифровую экономику изменил философию и концепцию маркетинга, тем самым трансформировал бизнес. ИИ является важным инструментом с новыми возможностями для человечества и его развитие требует продолжения исследования.

Библиографические ссылки

1. Первый портрет, созданный нейросетью, продан на аукционе Christie's [Электронный ресурс]. URL: <https://futurebanking.ru/post/3716> (дата обращения: 29.10.2018).

2. Чем ИИ полезен для современного маркетинга [Электронный ресурс]. URL: <https://companies.rbc.ru/news/mWmpPxHZjD/chem-ii-polezen-dlya-sovremennogo-marketinga/?ysclid=lsbm8d2kmn793466386> (дата обращения: 28.12.2023).