



## Искусственный интеллект: возможности и риски для маркетинга и бизнеса

В современном мире искусственный интеллект (ИИ) становится катализатором глубоких изменений в маркетинге и бизнесе, способствует автоматизации сложных аналитических задач, ускоряет процесс сбора и обработки больших данных, позволяет углубить понимание потребительских потребностей, что влечет за собой создание новых моделей взаимодействия с клиентами.

С каждым днем и в мире, и на российском рынке появляется все больше кейсов применения ИИ в самых разных отраслях и разнообразных задачах. Появляются исследования от крупнейших международных компаний об основных тенденциях на рынке ИИ, его влиянии на производительность сотрудников и качество решаемых задач. С появлением генеративных моделей искусственного интеллекта навыки владения нейросетями становятся такой же необходимостью, как владение Excel или PowerPoint.

Специалисты Ingate Group Дарья Гребенькова и Евгения Новикова провели исследование, чтобы оценить уровень владения инструментами ИИ среди российских бизнесменов и маркетологов, а также степень внедрения ИИ в бизнес-процессы компаний разного уровня. Кроме того, в ходе исследования они выяснили, какие маркетинговые задачи компании уже автоматизировали с помощью ИИ, а какие планируют, а также как бизнесмены видят влияние данных технологий на разные отрасли в будущем.

### Методология исследования

В период с декабря 2023 г. по январь 2024 г. был проведен онлайн-опрос на платформе Anketolog.ru. Анкета состояла из 21 вопроса, на которые участники отвечали самостоятельно. Всего был опрошен 901 человек. Из общего числа участников исследования 65 % респондентов занимаются маркетингом и рекламой на стороне бренда либо на стороне рекламного агентства или сервиса, 30 % — собственники бизнеса, у 5 % профессиональная деятельность не связана напрямую с маркетингом или рекламой.

60 % респондентов являются представителями малого и микробизнеса, 35 % — среднего и крупного, 5 % — самозанятые. По занимаемым должностям участники исследования разделились следующим образом: 77 % — руководители, 23 % — специалисты/менеджеры.

### Уровень владения инструментами ИИ в сфере бизнеса

На вопрос “Насколько вы знакомы с технологиями искусственного интеллекта?” 44 % респондентов ответили, что изучают возможности ИИ, а 32 % — активно следят за его развитием.

Среди руководителей 58 % заявили, что хорошо знакомы с технологиями ИИ и постоянно следят за их развитием, а 25 % собственников бизнеса пока глубоко не погружались в тему и возможности нейросетей.

Что касается отраслей, то доля тех, кто постоянно взаимодействует с ИИ, среди малого и микробизнесов

почти в 2 раза ниже, чем в более крупных компаниях: 40 % — крупный бизнес и 45 % — средний бизнес против 26 % — малый бизнес и 24 % — микробизнес.

Однако 54 % представителей малого бизнеса заявили, что уже начали изучать возможности искусственного интеллекта, но каждый 4-й опрошенный в сфере микробизнеса пока глубоко не погружался в эту область.

В ходе исследования также выяснился уровень владения инструментами ИИ. Несмотря на то, что 32 % участников опроса заявили, что знают довольно хорошо о технологиях нейросетей, лишь 12 % высоко оценили свой практический уровень владения инструментами ИИ, 43 % участников заявили, что их уровень ниже среднего или низкий (табл. 1).

При этом руководители чаще остальных говорят о том, что хорошо владеют нейросетями (71 %), они оценили свой уровень владения как высокий или средний. В группе собственников бизнеса так же заявил 41 % опрошенных.

Респонденты, которые заявили, что вообще не используют технологии ИИ (4 %), чаще объясняли это двумя причинами: не видят необходимости (33 %) и не понимают, для решения каких рабочих задач их можно применять (33 %).

**Статью целиком читайте  
в бумажной версии журнала**