

# 11. НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ «CHATGPT» В МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ 21VEK.BY

*Лапаревич Д.Ю. и Шишко К.Е., студенты гр. 174004*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Файзрахманов Ф.М. – старший преподаватель*

**Аннотация.** Рост популярности нейронных сетей, способных помогать компьютерам принимать рациональные решения с ограниченным участием человека, вызвал и появление технологий генерации естественного языка, которые можно использовать для создания текстов, которые почти неотличимы от тех, что были написаны человеком. «ChatGPT» – новейшая разработка, созданная компанией OpenAI, была запущена в качестве прототипа в конце 2022 года и быстро привлекла внимание аудитории благодаря своим широким возможностям. Ее также можно успешно использовать как средство повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в различных сферах бизнеса.

**Ключевые слова.** «ChatGPT», нейронная сеть, искусственный интеллект, машинное обучение, маркетинг, SMM, автоматизация, оптимизация.

Технология «ChatGPT» (Chat Generative Pre-trained Transformer) в своей основе предполагает использование программы, созданной на базе искусственного интеллекта, которая имитирует реальный разговор с ее пользователем [1]. В отличие от большинства подобного рода программ, «ChatGPT» отслеживает состояние пользователя, запоминает предыдущие вопросы, заданные ему в том же разговоре, что позволяет ей генерировать впечатляюще подробный и похожий на написанный человеком текст, а также дополнять и уточнять предлагаемые решения, учитывая существующий контекст.

Сейчас программа и использующая ее технология активно совершенствуются за счет получения доступа к новым базам данных и возможности общения с растущим количеством пользователей. В настоящее время «ChatGPT» помогает специалистам в разных областях деятельности. Например, разработчики программного обеспечения используют эту технологию для оптимизации кода, его конвертирования с одного языка программирования на другой, написания скриптов с нуля, поиска ошибок, а также чтения документации, что значительно ускоряет и повышает результативность их работы [2]. «ChatGPT» на достаточно высоком уровне продемонстрировала и свои писательские способности, оказав помощь ряду журналистов и даже писателей в создании статей, написании текстов различных жанров, а также в составлении электронных писем [3].

Однако, несмотря на свои широкие возможности, «ChatGPT» имеет ряд недостатков. Ввиду того, что запуск технологии пришелся на конец 2022 года, существенным ее ограничением является то, что обучение ее пользователей проводилось по данным из сетей, собранным до 2021 года включительно. На данный момент технология находится на стадии испытаний и ее база данных пока не обновляется. Еще одним ее недостатком является возможность нарушения авторских прав, так как нейросети были созданы на основе информации, которая может содержать материалы,

находящиеся под правовой защитой, а ссылки на подлинные источники «ChatGPT» не предоставляет [4].

На данный момент крупнейшие мировые компании пытаются выяснить, как увеличить капитал и потенциал своего бизнеса с помощью технологии «ChatGPT». Для укрепления своей позиции на рынке газированных напитков Coca-Cola официально внедрила ее в свою маркетинговую деятельность [5]. Канадская интернет-компания Shopify, являющаяся полноценной торговой платформой, недавно добавила элементы этой технологии в свой бизнес, чтобы помочь продавцам добавлять описание для предлагаемых товаров. Ведущая глобальная платежная и технологическая компания Mastercard использует «ChatGPT» для автоматизации своих процессов обработки транзакций и улучшения системы управления рисками. Американский производитель матрасов Casper использует «ChatGPT» для автоматизации ответов на вопросы клиентов и улучшения качества обслуживания. Некоторые стартапы также используют технологию в своих маркетинговых кампаниях. Китайская компания JD.com, занимающаяся электронной коммерцией, заявила, что собирается внедрить технологию, подобную «ChatGPT». Директор компании Amazon упомянул, что его компания также занимается разработкой нейронной сети, предполагающей использование «ChatGPT» [6].

За 2021 год онлайн-продажи белорусских интернет-магазинов выросли примерно на 25% до 3,4 млрд рублей, а доля интернет-продаж в розничном товарообороте страны составила около 5,8% [7]. Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что электронная коммерция в республике активно развивается, и она является одной из наиболее благоприятных сфер для внедрения технологий, подобных «ChatGPT», как интерфейсов программирования приложений в области маркетинга.

Компания 21vek.by лидирует на белорусском рынке в области электронной коммерции, однако ее интернет-маркетинг не лишен недостатков. К ним мы относим прежде всего:

1) загруженность онлайн-консультантов и устаревшую систему обработки заказов, что является причиной длительного ожидания потенциальных покупателей и сказывается на качестве обслуживания. Эти проблемы могут быть решены с использованием «ChatGPT». Программа в этом случае может автоматически отвечать на вопросы клиентов, например, о статусе заказа, о расписании работы компании, а также предлагать решения для проблем, которые могут возникнуть у потенциальных покупателей. С целью автоматизации процесса обработки заказов компания может настроить «ChatGPT» для отправки уведомлений о состоянии и обновлении информации о заказанном продукте в базе данных;

2) проблему сбора информации о конкурентах в онлайн-среде, которая связана с разбросанностью этой информации в Интернете в случайном порядке, что приводит к трудностям при ее обработке. Использование же «ChatGPT» позволит систематизировать и структурировать полученные данные при анализе рынка;

3) трудности в контроле за производительностью труда сотрудников, занятых в продаже товаров и оказании услуг. Эта проблема имеет множество причин, основными из которых являются недостаточный уровень мониторинга работников, неверное распределение задач или недостаточное обучение персонала. Это приводит к снижению эффективности их работы, потере времени и ресурсов, что в свою очередь негативно сказывается на бизнесе компании. С помощью «ChatGPT» можно создать интеллектуальную систему, которая будет обрабатывать большие объемы данных о производительности труда сотрудников и помогать управляющим принимать более обоснованные решения. Кроме того, «ChatGPT» может помочь в улучшении коммуникаций между руководством компании и торговым персоналом, что в конечном итоге повысит эффективность работы компании;

4) недостаточно разнообразный и привлекательный контент для социальных сетей, таких как «Facebook», «Instagram» и «ВКонтакте». SMM-специалистам компании необходимо создавать, а также поддерживать его регулярное обновление. Кроме того, контент должен быть ориентирован на целевую аудиторию и соответствовать имиджу компании. Необходимо в первую очередь проанализировать опыт ведущих конкурентов в этой сфере, определить свой уникальный подход к созданию медиа-продукции, которая будет соответствовать целям компании и интересам ее аудитории. Также необходимо обеспечить и стимулировать вовлечение аудитории в диалог, например, через проведение конкурсов или опросов. Решением этой проблемы может стать использование технологии «ChatGPT», которая поможет в создании оригинального и привлекательного контента, а также облегчит процесс его обновления. Кроме того, «ChatGPT» может использоваться и для анализа данных о поведении аудитории в социальных сетях, что позволит оптимизировать SMM-стратегию и повысить ее эффективность.

5) недостаточную эффективность рекламы товаров или услуг, которая для компании является неотъемлемым элементом комплекса маркетинговых коммуникаций. Основной проблемой является то, что компания часто не может точно определить содержание и наиболее эффективные каналы распространения своих рекламных обращений. Она может быть решена за счет применения аналитических методов и алгоритмов машинного обучения. Анализ ранее проведенных рекламных

компаний на основе сведений о каналах распространения рекламы, используемых в ней ключевых словах и прочих параметрах, должен позволить компании собрать и обработать всю необходимую релевантную информацию. Данные, полученные по его итогам, должны быть использованы для совершенствования алгоритмов машинного обучения, которые будут способны с большей точностью определять оптимальные каналы распространения рекламы и конфигурацию рекламных кампаний с целью повышения их результативности.

Таким образом, за счет внедрения и использования технологии «ChatGPT» компания 21vek.by за счет автоматизации своих бизнес-процессов, сокращения затрат времени торгового персонала и затрат в сфере маркетинга сможет существенно повысить уровень своей конкурентоспособности и занять более привлекательные позиции в конкурентной борьбе на своих целевых рынках.

Список использованных источников:

1. ChatGPT / WikipediA [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/ChatGPT> – Дата доступа: 17.02.2023 г.
2. 7 Ways ChatGPT Can Help You To Become a Better Developer / F. Tanvir // Medium [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://medium.com/geekculture/7-ways-chatgpt-can-help-you-to-become-a-better-developer-2c490d7a387d> — Дата доступа: 21.02.2023 г.
3. How Can Writers Use Chat GPT / Become A Writer Today // YouTube [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=irYtOr9lu5Y> — Дата доступа: 21.02.2023 г.
4. Advantages and Disadvantages of ChatGPT / A. Ivankov // Profolus [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.profolus.com/topics/advantages-and-disadvantages-of-chatgpt/> — Дата доступа: 21.02.2023 г.
5. Coca-cola официально внедряет ChatGPT и генератор изображает Dalle в свою работу / Е. Вилков // VC.RU [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/618633-coca-cola-oficialno-vnedryaet-chatgpt-i-generator-izobrazheniy-dalle-v-svoyu-rabotu> — Дата доступа: 24.02.2023 г.
6. Why retailers and platforms are rushing to incorporate AI and ChatGPT into online shopping / V. Choudhary // ModernRetail [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.modernretail.co/technology/why-retailers-and-platforms-rushing-to-incorporate-ai-and-chatgpt-into-online-shopping/> — Дата доступа: 24.02.2023 г.
7. Беларусь демонстрирует рост интернет-магазинов и онлайн-продаж / Thinktanks.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2022/01/06/belarus-demonstruet-rost-onlayn-prodazh-i-internet-magazinov.html> — Дата доступа: 27.02.2023 г.

UDC 330

## THE RELEVANCE OF THE IMPLEMENTATION OF CHATGPT TECHNOLOGY IN THE MARKETING OF THE COMPANY 21VEK.BY

*Laparevich D. Y., Shishko K. E.*

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus*

*Fayzrakhmanov F. M. – senior lecture*

**Annotation.** The rise in popularity of neural networks capable of aiding computers to make reasonable decisions with limited human intervention has also led to the emergence of natural language generation technologies that can be used to create texts that are almost indistinguishable from those written by humans. «ChatGPT», the latest development created by OpenAI, was launched as a prototype in late 2022 and quickly gained attention from the audience due to its broad capabilities. It can also be successfully used as a means of increasing the efficiency of marketing communications in various business areas.

**Keywords.** «ChatGPT», neural network, artificial intelligence, machine learning, marketing, SMM, automation, optimization.