

*Хомутова Д. О.*

студентка

*Научный руководитель*

*Анисимова Марина Анатольевна*

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

## **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** внедрение цифровых технологий и методов искусственного интеллекта создает новые возможности для совершенствования процессов повышения конкурентоспособности предприятий. Выявлены направления применения искусственного интеллекта на предприятиях мебельной промышленности. Отмечается важность использования искусственного интеллекта для анализа потребительских изменений и прогнозирования влияния инфляционных процессов на стоимость продукции.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, искусственный интеллект, цифровизация, предприятие.*

В современных условиях развития экономики особую актуальность приобретает вопрос повышения конкурентоспособности предприятий. Оптимизация производственных процессов требует автоматизацию и роботизацию через внедрение автоматизированных линий и роботизированных комплексов для повышения производительности труда и снижения затрат [1]. В.В. Кравченко отмечает, что для сохранения высокого уровня конкурентоспособности, предприятиям недостаточно производить продукты, а необходимо использовать искусственный интеллект как базовую опцию [2]. Отечественные авторы внесли значительный вклад в развитие роли искусственного интеллекта в трансформацию бизнес – практик предприятий, нацеленных на повышение конкурентоспособности.

Е.Н. Стариков, А. И. Тютюнник рассматривают возможности искусственного интеллекта для повышения эффективности и качества производственных процессов, в частности, машинное обучение и анализ данных могут использоваться для обслуживания оборудования, что помогает предотвратить поломки и минимизировать простой [3]. А. В. Коноваленко выявил направления операционного управления предприятием, по которым искусственный интеллект помогает производственным компаниям обгонять конкурентов: управление данными, прогнозирование бизнес-тенденций, планово-предупредительное техобслуживание оборудования и автоматизация рутинных задач [4]. М.А. Анисимова отмечает усиление использования искусственным интеллектом бизнес – моделей, основанных на динамичных инновациях, что позволяет быстро адаптироваться к меняющейся среде [5]. В настоящее время как теоретиками, так и практиками указывается, что развитие искусственного интеллекта на предприятиях способствует значительным изменениям в способах организации производства и управления операциями. Цифровизация производства через использование IoT, Big Data и MES-систем позволяет осуществлять мониторинг, управление и оптимизацию производственных процессов в реальном времени. Гибкость производства обеспечивает возможность быстрой перестройки производственных линий под выпуск различных моделей и партий, адаптируясь к меняющимся заказам, а внедрение энергосберегающих технологий способствует снижению издержек.

Особенно важным применение искусственного интеллекта становится для предприятий промышленного комплекса, что может способствовать повышению уровня их конкурентоспособности. Как показывает практика, применение искусственного интеллекта на предприятиях мебельной промышленности осуществляется в следующих направлениях:

1. Оперативный сбор открытых данных, касающихся спроса на различные виды мебельной продукции, которую реализует организация, что позволяет эффективно формировать ассортиментный ряд. Кроме того, положительный эффект достигается за счет сбора информации о поставщиках сырья, что позволяет выявить наиболее выгодные условия поставок.

2. Использование ресурса API Яндекс. Метрики, предоставляющего API и обеспечивающего доступ к данным посредством программного интерфейса. Это создает условия для самостоятельной разработки скриптов или приложений, предназначенных для сбора, анализа и визуализации данных. Существует возможность написания программы, которая будет выполнять необходимые действия без необходимости использования веб-интерфейса. При использовании API можно автоматизировать различные процессы, например, настроить автоматическую генерацию отчетности в требуемом формате. Кроме того, возможности API Яндекс. Метрики применимы в рекламной деятельности предприятия, поскольку система позволяет осуществлять обработку статистики поисковых запросов.

3. Использование сервиса FullStory для анализа поведения пользователей на веб-сайте организации. FullStory представляет собой платформу для поведенческой аналитики, которая осуществляет сбор детальных данных о взаимодействии пользователей с веб-сайтами и приложениями. FullStory помогает организациям отслеживать и анализировать взаимодействие пользователей с мобильными приложениями, веб-сайтами и онлайн-контентом. Платформа предоставляет информацию о поведении пользователей, которая способствует оптимизации цифрового опыта и увеличению показателей конверсии. К основным возможностям FullStory относятся следующие функции:

- воспроизведение сессий позволяет увидеть путь пользователя на веб-сайте или в приложении;
- тепловые карты обеспечивают визуальный анализ того, как люди взаимодействуют с контентом, и определяют области, требующие улучшения;
- сегментация пользователей позволяет создавать пользовательские сегменты для анализа взаимодействия различных типов пользователей с продуктом или веб-сайтом;
- аналитика конверсий дает возможность увидеть, каким образом различные действия и выбор влияют на коэффициент конверсии в конкретных терминах.

4. Использование чат-бота для коммуникации с клиентами на веб-сайте. Благодаря инструменту Smartbot AI появляется возможность автоматизировать ответы на большинство типовых вопросов и начать экономить на поддержке без потери качества. Для подключения бота с искусственным интеллектом, который отвечает на вопросы клиентов подобно живому оператору, необходимо наличие веб-сайта с подключенным Jivochat, а также PDF-файла с ответами на часто задаваемые вопросы. Адаптация под базу знаний компании означает, что чат-бот со временем начинает владеть всей необходимой информацией и адаптируется под конкретного клиента и отвечает на вопросы без задержек. Выполнение рутинных действий включает обработку входящих сообщений, консультирование по продукту, получение контактов и их сохранение в CRM или Google-таблицу.

Важным преимуществом внедрения искусственного интеллекта является возможность контроля пользовательских интерфейсов с целью недопущения манипулирования потребителями [6]. Система способна автоматически, используя постоянно развивающиеся алгоритмы, анализировать потребительские изменения и прогнозировать влияние инфляционных процессов на стоимость продукции.

### *Список литературы*

1. Анисимова М.А. Средства правовой защиты от монополистической деятельности цифровых платформ / М.А. Анисимова // Экономика и право: проблемы, стратегия, мониторинг: монография. – Чебоксары: Среда, 2026. – С. 70–82. – DOI 10.31483/r-154626. – EDN ANPGHP.

2. Кравченко В.В. Искусственный интеллект и бизнес: внедрение и применение искусственного интеллекта / В.В. Кравченко // Сборник докладов Международной научно-технической конференции молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова (Белгород, 29–30 мая 2025 года). – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2025. – С. 271–276. – EDN IYZYFC.

3. Стариков Е.Н. Сильный искусственный интеллект как интегратор отдельных технологий искусственного интеллекта в систему технологий / Е.Н. Стариков, А.И. Тютюнник // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – №112–7. – С. 31–36. – DOI 10.18411/trnio-08-2024–330. – EDN GQFWBA.

4. Коноваленко А.В. Управление в эпоху искусственного интеллекта: влияние искусственного интеллекта на принятие решений в бизнесе / А.В. Коноваленко // Беларусь в современном мире: материалы XVII Международной научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых (Гомель, 23–24 мая 2024 года). – В 2 ч. – Гомель: Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», 2024. – С. 93–96. – EDN LUTBKH.

5. Анисимова М.А. Регулирование конкуренции в сфере интеллектуальной собственности как условие развития наукоемкой экономики / М.А. Анисимова // Урал – драйвер неоиндустриального и инновационного развития России: материалы III Уральского экономического форума (Екатеринбург, 21–22 октября 2021 года). – Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2021. – С. 71–74. – EDN ENSRVH.

6. Анисимова М.А. Зарубежный опыт антимонопольного регулирования цифровых рынков – уроки для России / М.А. Анисимова // Наука и Образование. – 2024. – Т. 7, №3. – EDN JPXMZT.