

ПРОБЛЕМИ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІАГНОСТИКИ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Шипуліна Ю.С., Главчев Д.М.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

Останнім часом особливо активно відбувається розвиток технологій пов'язаних зі штучним інтелектом (ШІ). Світові технологічні гіганти успішно розробляють та пропонують свої рішення, пов'язані зі ШІ. Це такі як: Microsoft і OpenAI та їх ChatGPT, Google та його Bard, Facebook та RoBERTa, Midjourney [1]. Зараз використання інструментів на базі ШІ трансформується з прототипу, до більш серйозного стабільного інструменту, який може спростити роботу з генерації тексту, зображень, аудіо, відео. Фірми позиціонують свої творіння як ШІ, який знає все, може отримувати питання в довільній формі та відповідати на них [2]. В такому разі, це може бути ідеальним інструментом для проведення досліджень, отримання статистики, проведення маркетингової діагностики. Але чи можна довіряти даним, які видає ШІ, чи існують певні обмеження?

Було проведено експерименти з використанням ChatGPT, з метою отримати інформацію щодо маркетингової діяльності компанії Microsoft. Проблема таких систем зі ШІ, пов'язана з тим, що вони навчаються на основі наявної в базі даних інформації та не контролюють результати генерації [3], тому при запиті на джерела інформації, були отримані посилання на неіснуючі статті, неіснуючих авторів. Проведені експерименти показали, що існують проблеми достовірності інформації, і на даний момент, отримані дані можуть використовуватися лише у вигляді додаткової інформації, що задає напрямок досліджень, але не можуть точно відображати реальний стан речей. Система надала інформацію про компанію, про основні напрямки роботи, про кількість співробітників та капіталізацію, але не всі дані точно співпадали з реальною статистикою. Максимально точними були дані пов'язані з датою заснування, керівниками. Отже, цілком можливо використовувати інструменти ШІ для проведення маркетингових досліджень, але існують проблеми з точністю, тому на даний момент ці інструменти краще застосовувати як допоміжний засіб.

Література:

1. Huge "foundation models" are turbo-charging AI progress. *The Economist*. Retrieved 15.04.2023. URL: <https://www.economist.com/interactive/briefing/2022/06/11/huge-foundation-models-are-turbo-charging-ai-progress>
2. AI news – latest: ChatGPT is showing signs of thinking like humans, experts say. *Independent*. Retrieved 15.04.2023. URL: <https://www.independent.co.uk/tech/chatgpt-chat-ai-bard-midjourney-news-b2306442.html>
3. Zhou, J., Ke, P., Qiu, X. et al. ChatGPT: potential, prospects, and limitations. *Front Inform Technol Electron Eng* (2023). <https://doi.org/10.1631/FITEE.2300089>.