

Искусственный интеллект в маркетинге: тренды и перспективы развития

Дейнекин Т.В., к.э.н., доцент

2024

--- --

Искусственный интеллект

The diagram consists of three nested ellipses. The outermost ellipse is dark red and contains the text for Artificial Intelligence. Inside it is a medium red ellipse for Machine Learning, and the innermost is a bright red ellipse for Deep Learning. The ellipses are nested and centered, illustrating that Deep Learning is a subset of Machine Learning, which is a subset of Artificial Intelligence.

“Наука и технология создания
интеллектуальных машин”,

John McCarthy, 1956

Машинное обучение

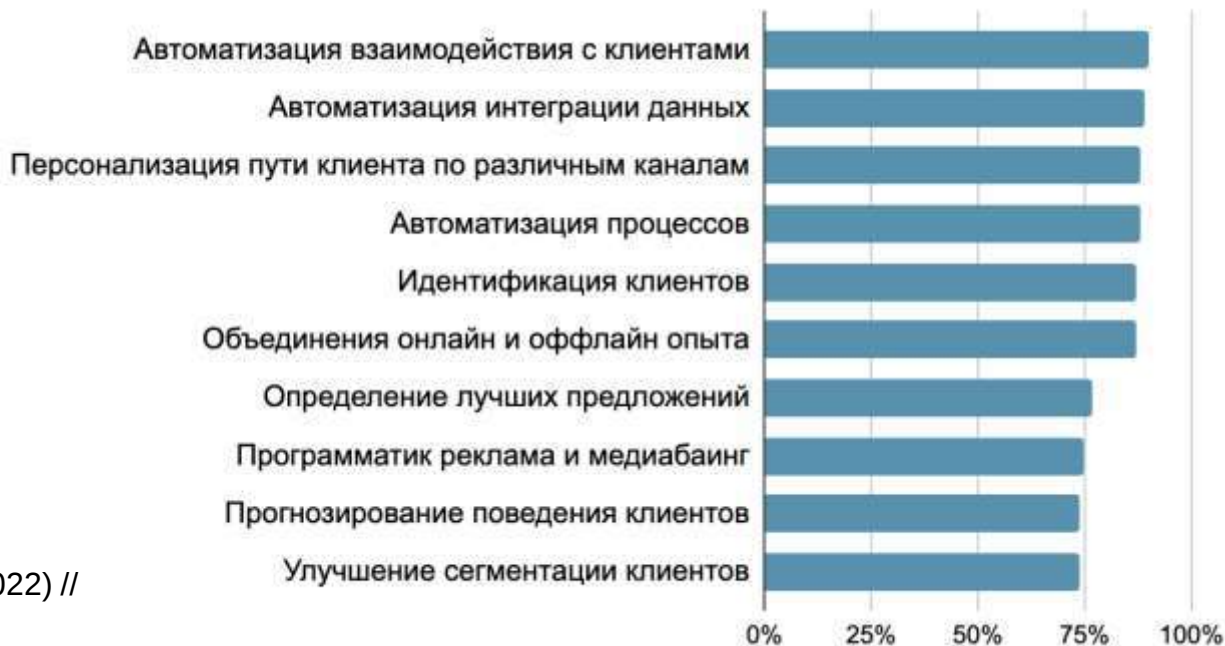
«Область обучения, которая дает
компьютерам возможность учиться без
явного программирования»,

Артур Самуэль, 1959)

Глубокое обучение

Сферы применения ИИ в маркетинге*

Аналитика и автоматизация различных процессов в маркетинге.



* State of Marketing. 8th edition (2022) // Salesforce

Что получают компании от внедрения ИИ*

Компании используют ИИ для увеличения доходов и оптимизации расходов.

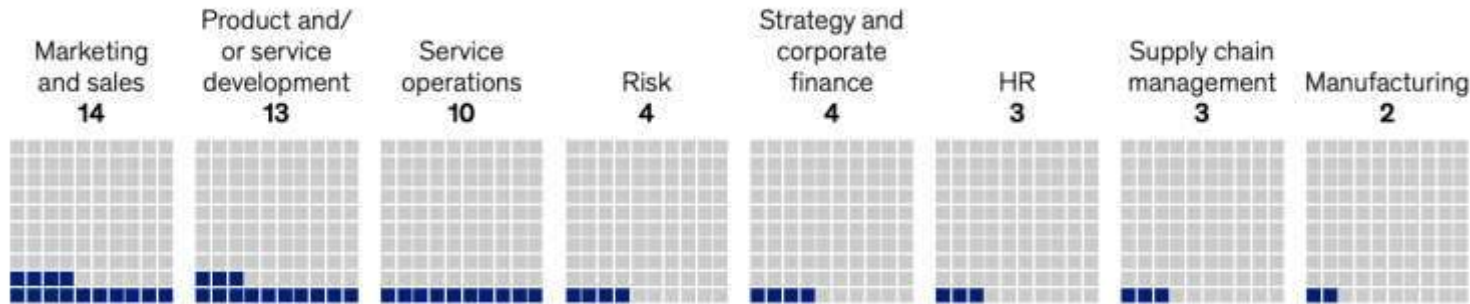
* The State of AI (2022) // McKinsey



Генеративный ИИ

Основной тренд 2023/24

Share of respondents reporting that their organization is regularly using generative AI in given function, %¹



Most regularly reported generative AI use cases within function, % of respondents

Marketing and sales

Crafting first drafts of text documents

9

Personalized marketing

8

Summarizing text documents

8

Product and/or service development

Identifying trends in customer needs

7

Drafting technical documents

5

Creating new product designs

4

Service operations

Use of chatbots (eg, for customer service)

6

Forecasting service trends or anomalies

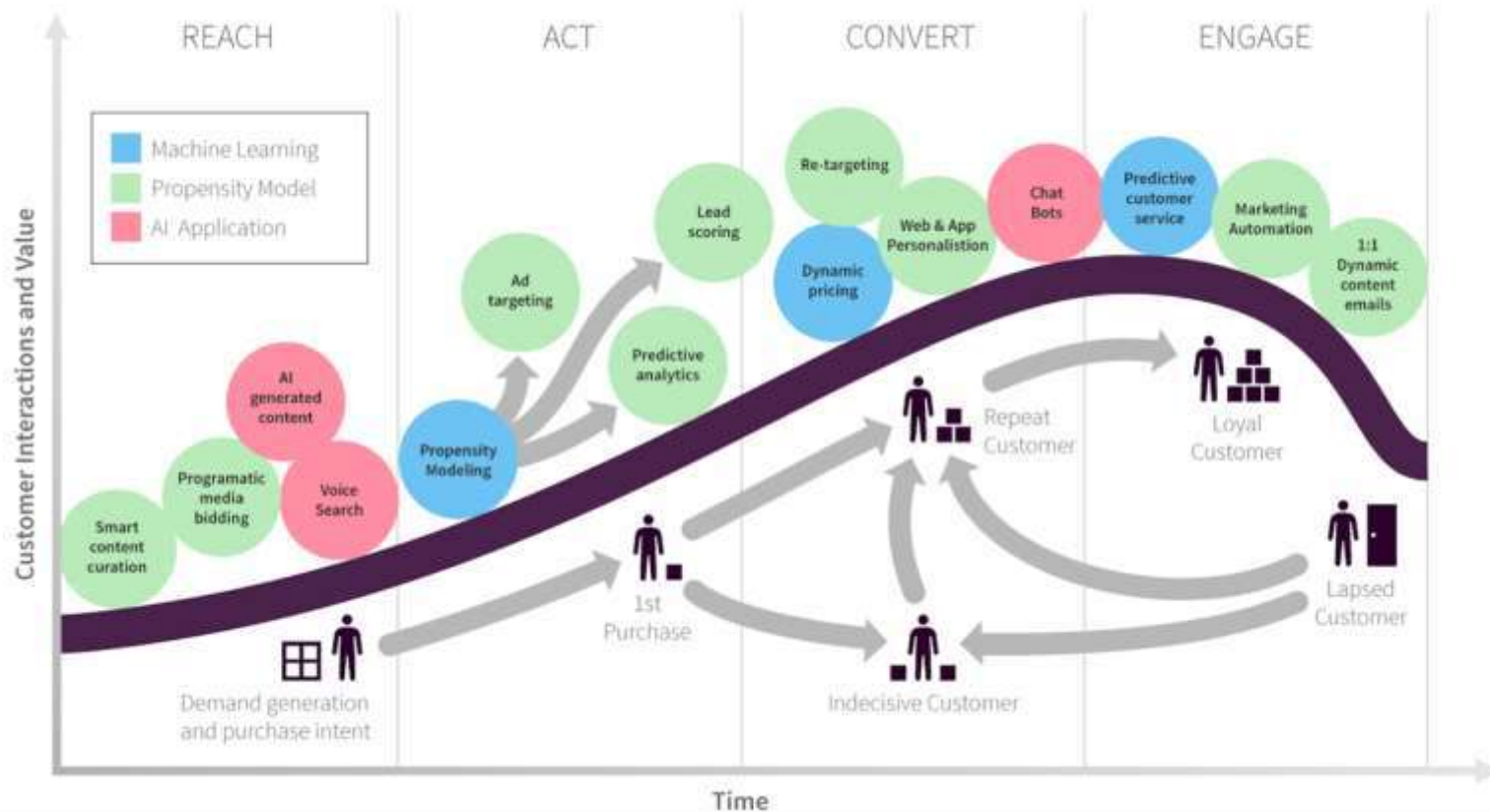
5

Creating first drafts of documents

5

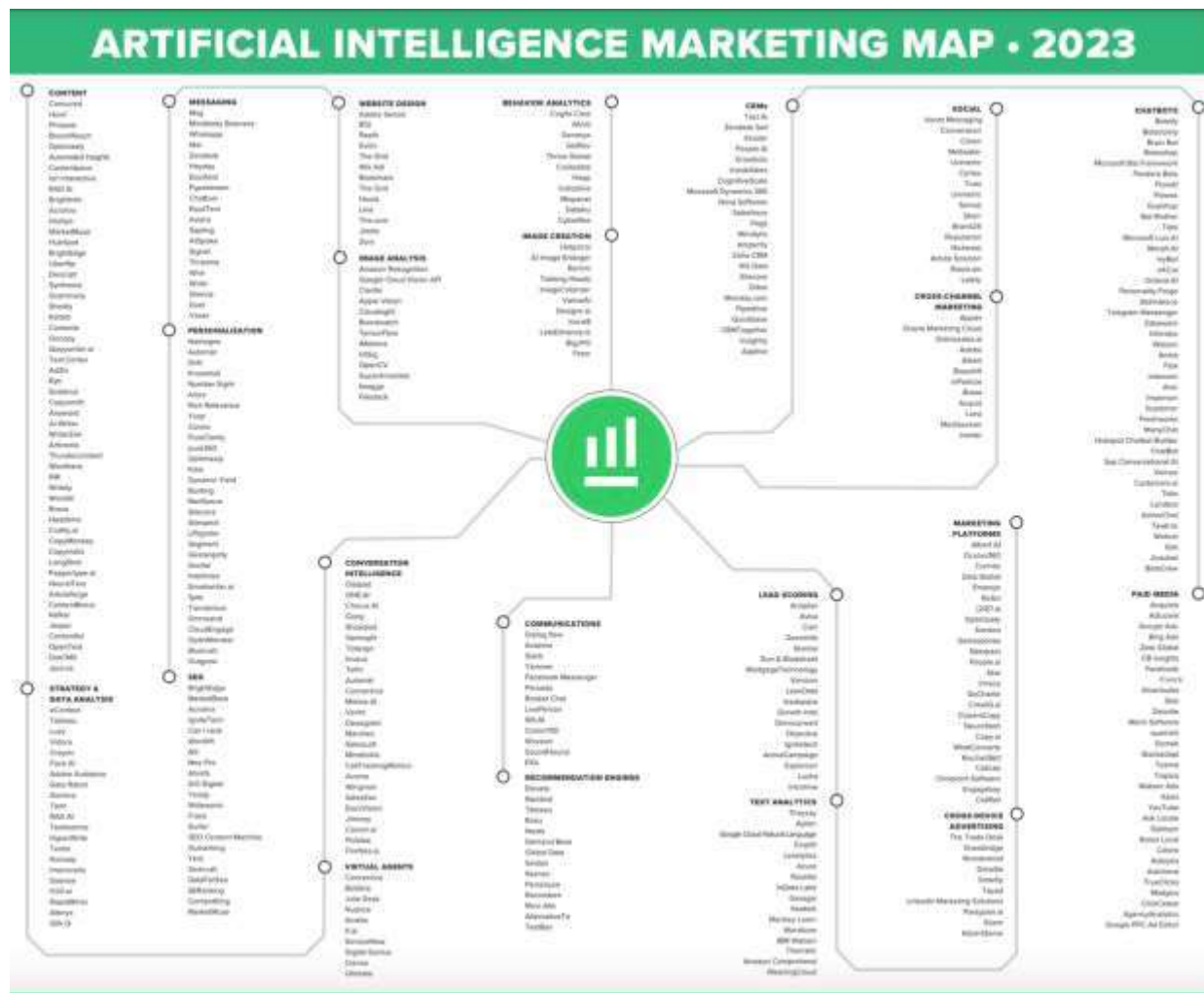
Источник: The state of AI in 2023: Generative AI's breakout year // McKinsey

Применения ИИ на этапах клиентского пути // Smartinsights



Источник: Trends in using AI for marketing: 2023-2024 // Smartinsights URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/trends-in-using-ai-for-marketing-2023-2024/>

https://www.ovrdrv.com/wp-content/uploads/2022/05/Overdrive_2023_AI_Marketing_Map.pdf.pdf



Выводы по разделу

— — —

- Технологии искусственного интеллекта во всем мире активно применяются в маркетинге, это уже общепринятая практика.
- Основные сферы применения: автоматизация процессов (в первую очередь – взаимодействия с клиентами), персонализация, прогнозирование, реклама. ИИ также активно используют при разработке новых продуктов.
- 2023 год стал прорывным для использования генеративного ИИ в маркетинге.

Библиометрическое исследование: российские журналы (база elibrary.ru)

— — —

1 этап отбора. Изначально выбраны все публикации, в названии которых присутствуют ключевые слова, связанные с ИИ в маркетинге. Фильтр – только журналы. Всего 122 статьи.

2 этап отбора. На основе 1 этапа выделен дополнительный набор ключевых слов, произведен дополнительный отбор статей, после фильтрации на соответствие предмету исследования сформирован список из 239 статей.

3 этап. Произведен библиометрический анализ, выделены тренды в научной литературе.

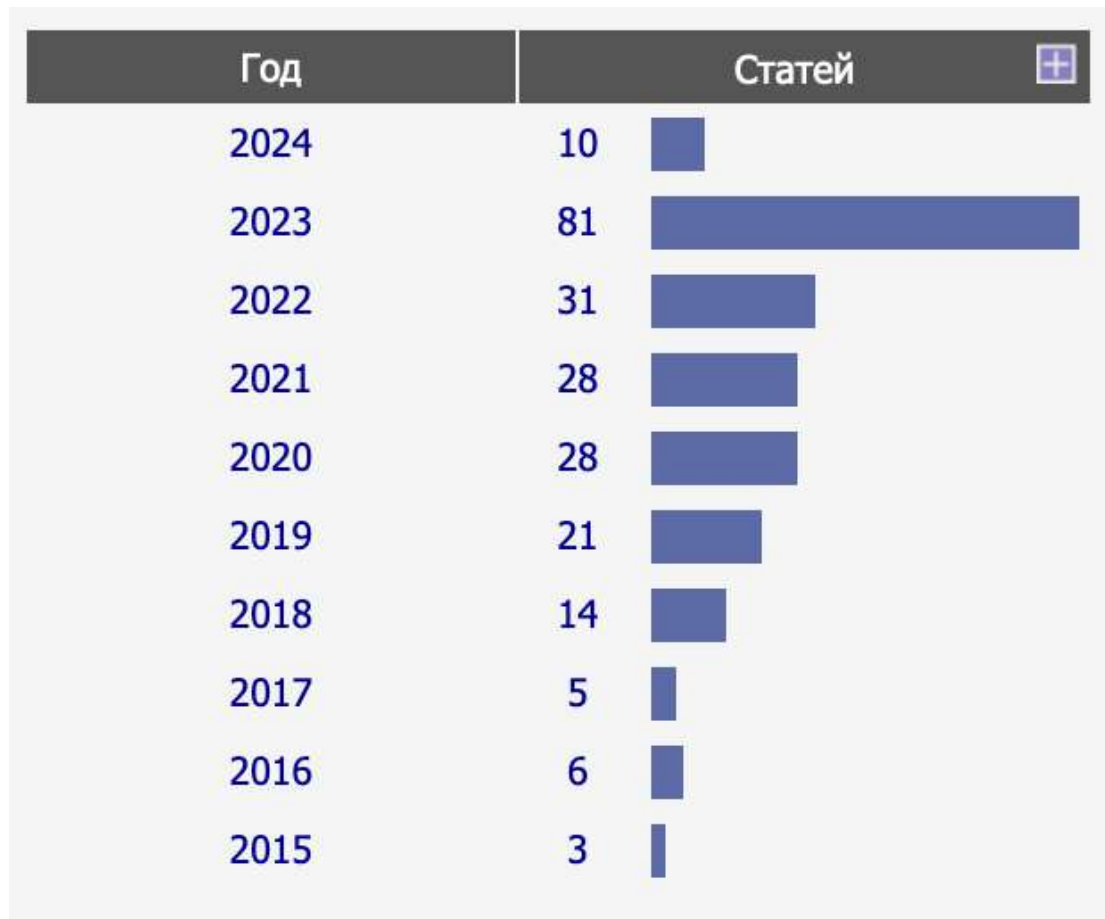
Общие метрики: статьи в журналах

Общее число публикаций	239
Число статей в журналах	239
Число статей в журналах, входящих в Web of Science или Scopus	2
Число статей в журналах, входящих в ядро РИНЦ	3
Число статей в журналах, входящих в RSCI	3
Средневзвешенный импакт-фактор журналов, в которых были опубликованы статьи	0,250
Число авторов	462
Среднее число публикаций в расчете на одного автора	0,52
Суммарное число цитирований публикаций	542
Среднее число цитирований в расчете на одну статью	2,27
Число статей, процитированных хотя бы один раз	104
Число самоцитирований (из статей этой же подборки)	50
Индекс Хирша	10

Источник: Elibrary.ru, статистика подборки по 27.03.2024

Распределение публикаций по годам

Первая публикация - 2000 год.



Источник: Elibrary.ru, статистика подборки по 27.03.2024

Распределение публикаций по журналам

Всего 166 журналов.

№	Название журнала	Статей	
1	Практический маркетинг	7	
2	Молодой ученый	7	
3	Экономика и предпринимательство	6	
4	Маркетинг в России и за рубежом	4	
5	Студенческий	4	
6	Вестник науки	4	
7	StudNet	4	
8	Вестник евразийской науки	3	
9	Научный аспект	3	
10	Экономика и бизнес: теория и практика	3	
11	Тенденции развития науки и образования	3	
12	Экономика и управление: проблемы, решения	3	
13	Интернет-маркетинг	3	
14	Инновации и инвестиции	3	
15	Проблемы региональной экономики	3	
16	Моя профессиональная карьера	3	

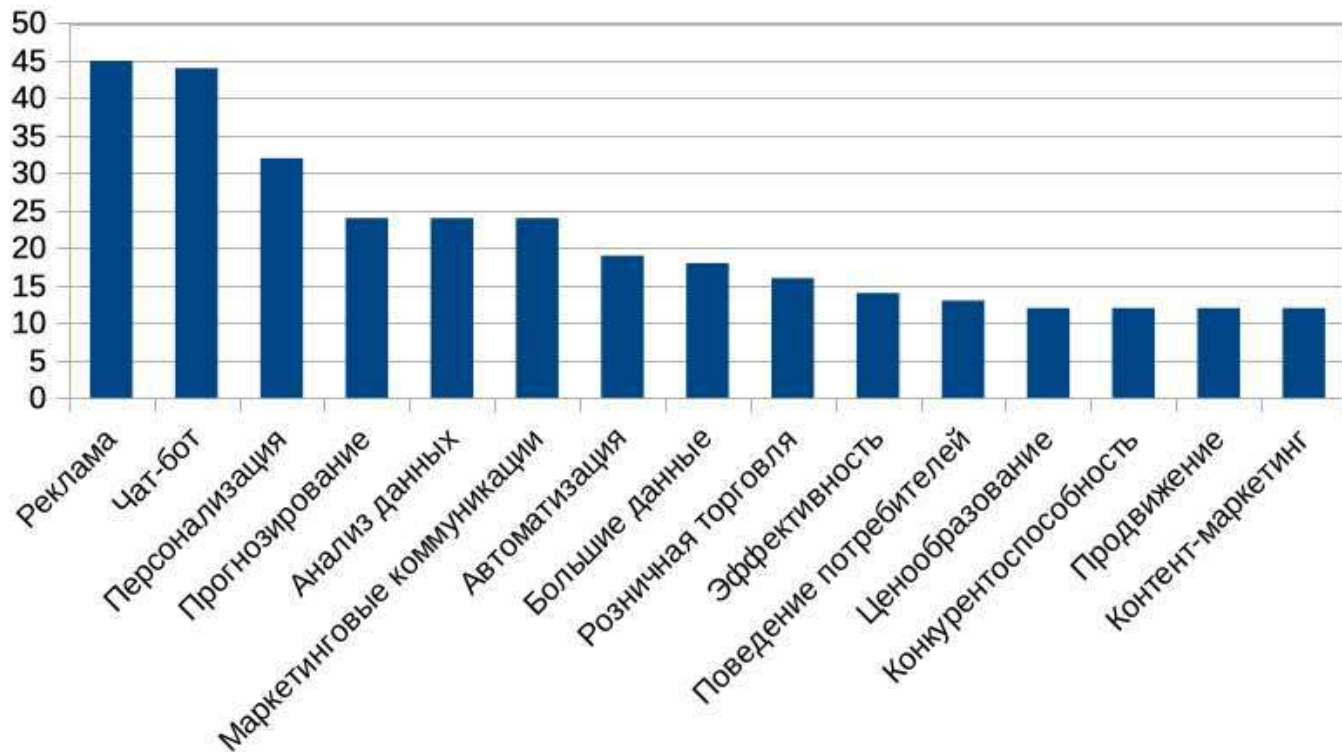
Источник: Elibrary.ru, статистика подборки по 27.03.2024

Распределение публикаций по организациям

Всего 134 организации.

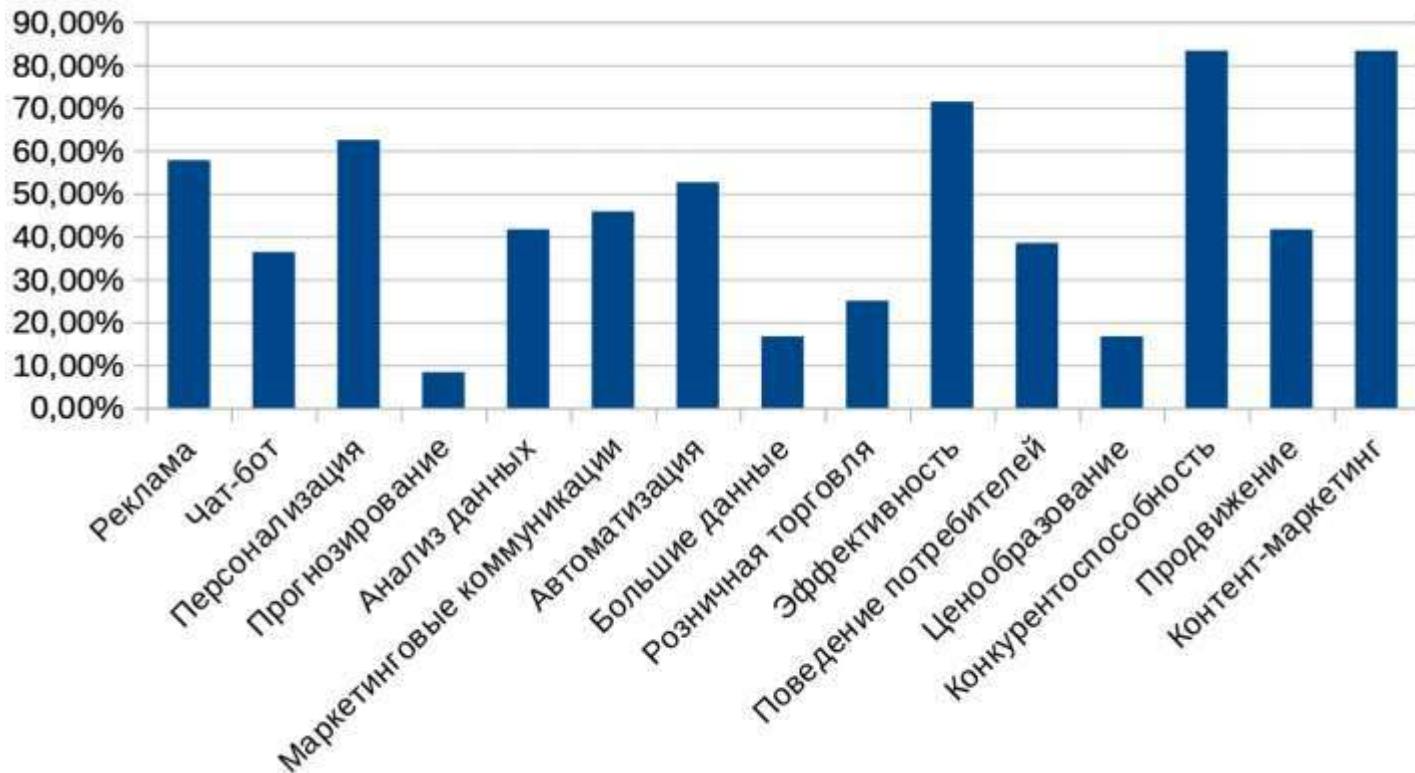
№	Название организации	Статей	
1	Финансовый университет при Правительстве РФ	14	
2	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	8	
3	Государственный университет управления	7	
4	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова	7	
5	Пермский национальный исследовательский политехнический университет	6	
6	Санкт-Петербургский государственный экономический университет	6	
7	Национальный исследовательский университет ИТМО	5	
8	Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы	5	
9	Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)	5	
10	Волгоградский государственный технический университет	4	
11	Московский финансово-промышленный университет "Синергия"	4	
12	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	4	
13	Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники	3	
14	Витебский государственный технологический университет	3	
15	Всероссийская академия внешней торговли	3	

Популярные ключевые слова и тематики статей на тему применения ИИ в маркетинге (2000-2024)



Источник: Составлено автором на основе elibrary.ru, статистика подборки по 27.03.2024

Вклад 2023(24) года в количество статей по тематикам



Источник: Составлено автором на основе eLibrary.ru, статистика подборки по 27.03.2024

Основные выводы по результатам библиометрического анализа публикаций в российских научных журналах на тему ИИ в маркетинге

— — —

- 38% всех статей в научных журналах были опубликованы в 2023 и неполном 2024 году.
- Наибольший интерес у исследователей возник к темам ИИ как инструмента повышения конкурентоспособности, его вклада в эффективность, контент-маркетинга.
- Продвижения, реклама, коммуникации – также интересны исследователям.
- Заметен рост интереса к исследованиям применения чат-ботов в коммуникациях.