

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УПРАВЛЕНИИ ЗНАНИЯМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ФИРМЫ

Сергеева А.П. (ИМЭС), Фёдорова А.А. (ИМЭС)

Научный руководитель – кандидат экономических наук Шкромада В.И. (ИМЭС)

**Введение.** Искусственный интеллект (ИИ) становится все более важной частью нашего повседневного ландшафта, оказывая глубокое влияние на то, как мы живем, работаем и учимся. В контексте управления знаниями и повышения квалификации персонала фирмы, актуальность использования ИИ становится наиболее выраженной, что обусловило поставленную задачу выявить достижения современной российской науки управления в этом контексте. С одной стороны, ИИ способствует автоматизации решения рутинных проблем, что позволяет сотрудникам освободить время для более сложных и творческих задач, требующих критического мышления. С другой стороны, ИИ играет ключевую роль в управлении знаниями. Он может анализировать большие объемы данных для выявления закономерностей и тенденций.

Более того, ИИ может быть интегрирован в системы корпоративного обучения для создания персонализированных учебных курсов, которые реагируют на индивидуальные потребности обучения каждого сотрудника. Это позволяет учебным программам адаптироваться и эволюционировать вместе с развитием и ростом сотрудников.

**Основная часть.** В производственной сфере ИИ используется для мониторинга процессов и систем предсказательного обслуживания, способствующих своевременному обнаружению неполадок и их предотвращению. М. В. Щебетунова считает, что это позволяет минимизировать простои и обеспечить более высокое качество продукции [1].

В сфере управления человеческими ресурсами ИИ может анализировать резюме, предсказывать успехи потенциальных сотрудников и помогать в подборе персонала, что делает процесс найма более эффективным.

В маркетинге ИИ преобразует анализ данных покупателей и поведенческие исследования, позволяя создавать персонализированные предложения и рекламные кампании.

Л. В. Еремина указывает, что в бизнес-анализе и принятии решений ИИ предлагает мощные инструменты обработки и визуализации данных. Это позволяет руководителям делать более информированные и своевременные решения. Интеллектуальные системы поддержки принятия решений могут учитывать множество переменных, а также разрабатывать прогнозирующие модели для оптимизации стратегического планирования [2].

По мнению авторов исследуемых нами работ, один из ключевых способов, с помощью которых ИИ помогает повышать квалификацию сотрудников фирмы, заключается в персонализации обучения [3]. ИИ может анализировать индивидуальные данные о производительности, стили обучения и предпочтения сотрудников, чтобы предложить учебные материалы, которые лучше всего соответствуют их потребностям и целям. Таким образом, ИИ активно трансформирует подход к обучению и развитию персонала, делая процессы более динамичными, адаптивными и результативными. Например, изобретатели в Исследовательском институте Toyota (TRI) используют методы генеративного искусственного интеллекта (ИИ) для обучения роботов новым навыкам, которые необходимы для создания больших поведенческих моделей (БПМ).

В другой исследуемой нами компании ПАО «Аэрофлот» применение ИИ оказывает значительное влияние на управление знаниями в сфере маркетинга. В современном мире управление маркетинговыми кампаниями требует обработки больших объемов данных о потребителях и рыночных тенденциях [4]. К примеру, Аэрофлот использует ИИ для анализа

поведения клиентов и предпочтений, выявляя избыточные или недостаточные маркетинговые усилия. Это включает в себя оптимизацию цепочек поставок услуг и личные предложения для клиентов, что повышает эффективность рекламных бюджетов и улучшает пользовательский опыт [4].

Ю. А. Маленков пишет, что использование ИИ в маркетинге Аэрофлота обеспечивает персоналу актуальные знания и инструменты, которые необходимы для разработки и обоснования инновационных решений [5]. Сотрудники получают возможность углублять свои знания, адаптироваться к технологическим изменениям и развивать новые навыки, что повышает их профессиональную квалификацию и способствует продвижению карьеры [6].

В дополнение к прямым маркетинговым функциям, ИИ также способствует улучшению внутренних процессов обучения и развития персонала в компании. Системы управления знаниями, оснащенные ИИ, могут предложить обучающие модули и программы повышения квалификации, тем самым повышая уровень знаний и компетентности в области маркетинга среди сотрудников [7] и развивая инновационную систему региона и страны [8].

**Выводы.** Таким образом, проведенный нами краткий обзор научных достижений в области использования ИИ в управлении знаниями позволил сделать вывод, что искусственный интеллект не только выступает как мощный инструмент управления знаниями для маркетинговых подразделений компаний, но и становится катализатором постоянного профессионального роста сотрудников, что является неотъемлемой частью стратегии устойчивого развития бизнеса в условиях постоянно меняющегося рынка.

#### **Список использованных источников:**

1. Щebetунова М.В. Инновационные подходы в подборе персонала для эффективной цифровой трансформации организации // Молодой ученый. – 2022. – № 39 (434). – С. 10-14. – URL: <https://moluch.ru/archive/434/95108/>. (дата обращения: 03.02.2024).
2. Еремина, Л.В. Повышение эффективности логистического планирования за счет использования искусственного интеллекта / Еремина Л.В., Мамойко А.Ю., Папикян А.С. // Техника. Технологии. Инженерия. – 2019. – № 4 (14). – С. 1-7. – URL: <https://moluch.ru/th/8/archive/142/4404/>. (дата обращения: 04.02.2024).
3. Максимова, М.В. Цифровая трансформация финансовой отчетности // Молодой ученый. – 2023. – № 49 (496). – С. 564-566. – URL: <https://moluch.ru/archive/496/108832/>. (дата обращения: 08.02.2024).
4. Официальный сайт ПАО «Аэрофлот». URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru>.
5. Маленков Ю.А. Возможности применения цифровых технологий в стратегическом планировании и прогнозировании устойчивого развития организаций / Маленков Ю.А., Давыдова А.Э. // Молодой ученый. – 2021. – № 14 (356). – С. 84-89. – URL: <https://moluch.ru/archive/356/79653/>. (дата обращения: 06.02.2024).
6. Романова А.В. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта: правовой анализ, проблемы и перспективы // Молодой ученый. – 2022. – № 46 (441). – С. 319-322. – URL: <https://moluch.ru/archive/441/96548/>. (дата обращения: 08.02.2024)
7. Волков И.В. Современные подходы к цифровизации управления персоналом в организациях связи / Волков И.В., Кизлова К.Р. // Молодой ученый. – 2021. – № 16 (358). – С. 154-159. – URL: <https://moluch.ru/archive/358/79897/>. (дата обращения: 08.02.2024).

8. Шкромада В.И. Инструменты формирования и развития региональной инновационной системы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2013. – № 22 (165). – С. 5-12.