

Литература

1. Реверсивная логистика: что это, какие задачи решает и в чем ее преимущества для бизнеса // Vc.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://kosmoslogistic.com/reversivnaya-logistika-cto-eto-kakie-zadachi-reshaet-i-v-chem-ee-preimushchestva-dlya-biznesa/>. - Дата доступа: 17.10.2023
2. Использование RPA (Robotic Process Automation) по отраслям // Zaptest [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.zaptest.com/ru> - Дата доступа: 17.10.2023
3. Цифровой сотрудник // Транспортный вестник [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://transport-tranzit.by/tsifrovoj-sotrudnik/>. - Дата доступа: 16.10.2023
4. Реверсивная логистика // LogicOn [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dzen.ru/a/Ya982hxIJ3VyePro>. - Дата доступа: 17.10.2023
5. Юнчиц, А.С. Перспективы применения RPA-платформ для повышения эффективности логистики / А.С. Юнчиц // Института бизнеса БГУ. – с.426-428.

Представлено 21.10.2023

УДК 338.48(431)

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОДЕЛИ CHATGPT В SMART МАРКЕТИНГЕ ТРАНСПОРТНО- ЛОГИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

METHODOLOGICAL ASPECTS OF USING THE CHATGPT MODEL IN SMART MARKETING OF TRANSPORT AND LOGISTICS BUSINESS

Дыдик А.И., Барцевич Е.А.

Научный руководитель – Жудро Михаил Кириллович., к.э.н.,
Профессор

Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Беларусь

dydalex@gmail.com А. Dydik, E. Bartsevich Supervisor – M. Judro. M,
Doctor of economical sciences, Professor

Belarusian national technical university, Minsk, Belarus

Аннотация: В статье обобщена практика исследования актуальных информационно-маркетинговых инструментов аналитики использования баз данных для оценки эффективности и успеха маркетинговой деятельности транспортно-логистических компаний Республики Беларусь на флуктуирующем рынке фрахта и обоснована необходимость использования языковой модели ChatGPT искусственного интеллекта и smart-маркетинга.

Annotation: The article summarizes the practice of researching current information and marketing analytics tools for using databases to assess the effectiveness and success of marketing activities of transport and logistics companies of the Republic of Belarus in the fluctuating freight market and substantiates the need to use the ChatGPT language model of artificial intelligence and smart marketing.

Ключевые слова: бизнес, транспортно-логистические компании, рынок, фрахт, аналитика, система Marketing Analytic, модель ChatGPT, нейросеть, smart-маркетинг.

Key words: business, transport and logistics companies, market, freight, analytics, Marketing Analytical system, ChatGPT model, neural network, smart marketing.

Введение.

В процессе исследования актуальных информационно-маркетинговых инструментов аналитики использования баз данных для оценки эффективности и успеха маркетинговой деятельности транспортно-логистических компаний Республики Беларусь на флуктуирующем рынке фрахта с целью получения более глубокого представления о покупательских предпочтениях и получения более высокой отдачи от инвестиций установлено, что в современном маркетинговом мире покупатели/потребители все более становятся избирательными в выборе брендовых информационных потоков, с которыми они взаимодействуют, и которые они игнорируют. И, как следствие, для привлечения внимания идеального покупателя, маркетологи должны использовать точные данные для создания таргетированной персонализированных и перфекционистских инструментов smart-маркетинга, основанных не на традиционных маркетинговых демографических ассоциациях о поведении клиента, а на индивидуальных его покупательских предпочтениях, интересах. Так как, традиционная маркетинговая аналитика не позволяет маркетинговым командам демонстрировать нужную им органическую

рекламу в нужное время и по правильному каналу, чтобы продвигать покупателей/потребителей вниз по воронке продаж [1].

Smart-маркетинговая аналитика в отличие традиционных средств маркетинговой информации, имеющих тенденцию раздражать клиентов, позволяет маркетологам добиться более высокой рентабельности инвестиций в smart-маркетинг, гарантирует, что покупатели/потребители увидят большее количество таргетированной персонализированной рекламы, отвечающей их конкретным не потребностям, а элегантным и комфортным предпочтениям и интересам, которые имеют тенденцию когнитивно-эмоционального развития клиента как личности.

Основная часть.

В ходе научных изысканий установлена доминирующая практика транспортно-логистических компаний Республики Беларусь применения традиционной маркетинговой аналитики оценки экономической эффективности их рыночной деятельности на флуктуирующем рынке фрахта с использованием различных методов и моделей в зависимости от измеряемых ключевых ее показателей. Наиболее популярной в настоящее время является маркетинговая информационная система Marketing Analytic, которая представляет собой — это компьютерную систему, которая собирает данные из различных источников, таких как внутренние записи, опросы и внешние базы данных, и преобразует их в полезную информацию для менеджеров по маркетингу, используя набор процедур и методов сбора, анализа и интерпретации информации, связанной с маркетинговыми решениями. Это компьютерная система собирает данные из различных источников, таких как внутренние записи, опросы и внешние базы данных, и преобразует их в полезную информацию для менеджеров по маркетингу.

Она включает 4 компонента: 1) внутренние записи о денежных потоках, зарплатах сотрудников, запасах продукции, продажах и маркетинговых отчетах, в том числе текущих и прошлых финансовых, транзакционных данных; 2) результаты маркетинговых исследований; 3) результаты маркетинговой разведки текущей деловой ситуации, изменений на рынке, тенденций, стратегий конкурентов, последних инноваций, потребительские предпочтения используя различные источники информации (сайты конкурентов, обзоры торговых площадок, прессы, партнеров, поставщиков и т. д.); 4) систему поддержки маркетинговых решений с помощью специального

аналитического программного обеспечения и сервисов, которые помогают маркетологам собирать, хранить и анализировать данные для принятия более эффективных решений.

Позитивно характеризуя приведенный выше традиционный дизайн маркетинговых исследований эффективности международных транспортных операций, следует отметить, что он недостаточно полно учитывает современные тенденции и проблемы формирования функционирования флуктуирующего транспортно-логистического бизнеса или резких колебаний пропускной способности, тарифов и сервиса на рынке фрахта в Республики Беларусь в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики, роста факторов неопределенности внешней среды.

И, как следствие, управление логистикой предполагает включение в себя методы, инструменты и технологии дизайна маркетинговых исследований эффективности неординарного выполнения сложных, проблемных заказов и конвергенция их с другими быстроизменяющимися бизнес-функциями компаний. В этих условиях ключевым маркетинговым инструментом следует считать парадигму «слушать покупателя/потребителя» как ключ к успеху в smart-бизнесе, который развивается по мере развития цифрового маркетинга через пользовательский контент и который предполагает использование инструменты smart-маркетинга 5P (Zhudro): 1P) Preferences Customer; 2P) Produced competitive value; 3P) Premium price sales and service; 4P) Processes participants smart: communications, sales and service и 5P) Profit of consumers and producers [2].

Для успешного преодоления сформулированных проблем следует рекомендовать языковую модель ChatGPT искусственного интеллекта, разработанную OpenAI и предназначенную для понимания естественного языка и генерации ответов, аналогичных тем, которые дает человек [3].

ChatGPT можно использовать в smart-маркетинге для: а) создания контента (блоги, статьи, публикации в социальных сетях, описания продуктов, оптимизированные для поисковых систем и адаптированные к целевой аудитории); б) автоматизации обслуживания клиентов с помощью чат-ботов, которые позволяют мгновенно отвечать на запросы, жалобы и отзывы клиентов с целью повышения удовлетворенности клиентов; 3) разработки персонализированных рекомендаций для клиентов в отношении тех или иных продуктов и услуг и т. д.

Объединение этих трех компонентов модель ChatGPT искусственного интеллекта в smart-маркетинге позволяет предельно точно выполнить оценку по сравнению с конкурентами: а) востребованности целевой аудиторией продукта на рынке, его бренда; б) доли рынка продукта и ее динамики; в) тенденций и предпочтений клиентов на основе он-лайн тестирования сообщений, покупок, рекламных роликов, их конверсий; г) тенденций разработки необходимых функций продукта для потребителей; д) трудностей клиентов в процессе покупки и использования продукта; е) процесса поиска и оформления заказа и т. д.

Заключение. Таким образом, используя модель ChatGPT искусственного интеллекта в smart-маркетинге, транспортно-логистические компании Республики Беларусь могут собирать и анализировать информацию о своих клиентах, конкурентах и тенденциях на флуктуирующем рынке фрахта, принимать обоснованные бизнес-решения относительно своих маркетинговых стратегий и логистических услуг, создавать логистический контент, более привлекательный и актуальный, чем у конкурентов, быть узнаваемым на профицитном рынке услуг и привлечь больше клиентов.

Литература

1. Market Challenges Present Opportunities for Sales & Marketing. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ttnews.com.translate.google/articles/market-challenges-present-opportunities-sales-marketing/> /– Дата доступа 24. 02.2023.
2. М.К. Жудро, Н.В. Жудро SMART-маркетинговые коммуникации: идентификация и оценка // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск : БГЭУ, 2021. – Вып.14. – С.167 – 172.
3. Маркетинг и продажи растут благодаря генеративному искусственному интеллекту. McKinsey [Электронный ресурс]. – Режим доступа: –<https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/ai-powered-marketing-and-sales-reach-new-heights-with-generative-ai/> ай. / – Дата доступа 24. 09.2023.
4. Использование ChatGPT в управлении цепями поставок: Применение нейросетей для решения типовых задач. Источник: <https://alex-vasilev.ru/matematika-zakupok/ispolzovanie-chatgpt-v-upravlenii-czepyami-postavok/> / Дата доступа 21.10.2023.

5. IX-ая международная студенческая научно-практическая конференция «Инновационное развитие социально-экономических систем» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.ulstu.ru/venec/disk/2023/79.pdf> стр 194 «Дизайн маркетинговых исследований эффективности международных транспортных операций в условиях санкционно-конфликтных инструментов геополитики» С.С. Гарбарь, А.И. Дыдик. Дата доступа 22.10.2023.
Представлено 23.10.2023

УДК 656. 025.4

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АВТОМАТИЧЕСКОЙ
ИДЕНТИФИКАЦИИ ГРУЗОВ
MODERN DIRECTIONS OF AUTOMATIC CARGO
IDENTIFICATION

Евщик П. В., Ёчь В.С.

Научный руководитель – Пильгун Т. В., к.т.н., доц.
Белорусский национальный технический университет, г. Минск,
Беларусь

evsikpolina@gmail.com, violetayoch@tut.by

P. Yeushchyk, V. Yoch

Supervisor – T. Pilgun, Associate professor
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus.

Аннотация. Рассматриваются современные методы автоматической идентификации, возможности, предоставляемые системой автоматической идентификации и ее применение на практике.

Abstract. Modern methods of automatic identification, the possibilities provided by the automatic identification system, and its application in practice are considered.

Ключевые слова: автоматическая идентификация, методы автоматической идентификации.

Key words: automatic identification, methods of automatic identification.

Введение.

Для каждого этапа транспортировки груза крайне необходимо понимать, какой это груз, владеть информацией о нем, а главное –