

Секция «Слабый и сильный искусственный интеллект в управленческих практиках»

Искусственный интеллект и стратегическое управление бизнесом

Ли Пэйян

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа государственного администрирования (факультет), Москва, Россия

E-mail: lipeiyanq369@gmail.com

Развитие современного искусственного интеллекта привнесло новую динамику в стратегическое управление предприятием, а новые технологии повышают эффективность предприятия и способствуют изменению предприятия, в то же время требуют, чтобы управление предприятием шло в ногу со временем. В этой статье в основном будет проанализирована связь между слабым искусственным интеллектом и различными аспектами стратегического управления функциями предприятия, а также предлагается влияние сильного искусственного интеллекта на управление предприятием в надежде на то, что он сможет предоставить некоторые идеи и помощь для будущих исследований.

Искусственный интеллект — это изучение законов человеческой интеллектуальной деятельности и создание искусственных систем с определенным интеллектуальным поведением. Обычно его можно понимать с двух точек зрения: «сильный искусственный интеллект» и «слабый искусственный интеллект».

Слабый искусственный интеллект, также известный как интеллектуальная машина, представляет собой машину, которая может самостоятельно выполнять различные антропоморфные задачи в различных условиях, позволяя машине или компьютерной системе выполнять громоздкую работу, которую ранее выполнял человеческий интеллект. Сильный искусственный интеллект требует, чтобы интеллектуальные машины выполняли мыслительную деятельность, как и люди, например, суждая, рассуждая или доказывая вещи, распознавая и воспринимая вещи, осмысливая и проектируя поведение, или обучаясь и решая проблемы. Она требует, чтобы машины имели собственное мышление, могли понимать внешние вещи и спонтанно принимать решения и даже действовать, как «человек», и, возможно, даже более выдающиеся и надежные, чем человеческие реакции.

Стратегическое управление предприятием — это современный метод управления, это динамический процесс управления, в котором предприятие для достижения своей миссии и целей, после научного анализа внутренней и внешней среды и условий предприятия, принятия стратегических решений, оценки, выбора и реализации стратегических программ, а также контроля стратегических показателей. Этот процесс включает в себя три этапа: анализ, отбор и осуществление стратегии. Возможные варианты включают общеорганизационную стратегию, стратегию оперативного подразделения и функциональную стратегию.

Закупка сырья является первым шагом в производстве предприятия, стратегия закупок в основном включает в себя стратегию источника и стратегию портфеля закупок. Появление искусственного интеллекта, особенно обработки больших данных, может помочь компаниям в решении этих проблем. Благодаря различным интеллектуальным технологиям производства новый интеллектуальный завод может осуществлять автоматический сбор в реальном времени данных о материалах, процессах, работе оборудования, вводе и выпуске нескольких систем, а затем осуществлять централизованное планирование и рациональное планирование производственных ресурсов. Интеллектуальный мониторинг и анализ производственного процесса для обеспечения интеллектуальной проверки ошибок,

автоматической упаковки и распределения в логистике.

Маркетинговая стратегия компании включает в себя два основных аспекта:

С другой стороны, такие системы, как система управления взаимоотношениями с клиентами, которая помогает компаниям координировать все бизнес-процессы, связанные с продажами, маркетингом и обслуживанием. Это помогает компаниям выявлять, привлекать и удерживать наиболее ценных клиентов.

Влияние слабого искусственного интеллекта на финансовую работу больше проявляется в традиционной работе финансового учета. В списке рабочих мест, которые будут заменены искусственным интеллектом, бухгалтерия находится на первом месте.

Используя технологию искусственного интеллекта, можно эффективно передавать и обрабатывать соответствующие данные через Интернет, расширять каналы доступа к данным и способствовать целенаправленной классификации информации данных для проведения всеобъемлющего анализа.

Предполагая, что существует сильный ИИ, обсуждение управления бизнесом в основном касается управления человеческими ресурсами для роботов. Первый вопрос, который необходимо прояснить, это вопрос о правоспособности робота. Если у роботов есть такие же мысли, сознание, эмоции, желания и т.д., как у людей, должен ли они быть юридически равным с людьми? То же право на жизнь, право на свободу, право на собственность, право на труд и т.д., что и человек? В управлении бизнесом роботы больше не являются инструментом, а являются сотрудниками компании, которые будут нуждаться в том же статусе и равном обращении с другими людьми. Во-вторых, это культурные инновации на предприятиях. Может ли бизнес создать культурный механизм, который взаимовыгодно работает с роботами? Может ли менеджер относиться к двум людям одинаково? Могут ли люди работать с роботами? Наконец, люди не хотят и не хотят, чтобы это произошло: роботы превзошли людей.

Таким образом, независимо от будущей судьбы человечества, тенденция развития искусственного интеллекта необратима. По мере развития технологий продукты искусственного интеллекта значительно обогащают жизнь людей, создавая удобные, зеленые и красочные общества. Для предприятий применение систем искусственного интеллекта может способствовать реализации функциональной стратегии, такой как производство, маркетинг, управление финансами и т.д., а также повысить эффективность и прибыль предприятий. Применение систем искусственного интеллекта требует, чтобы предприятия обладали соответствующими ресурсами и возможностями, чтобы идти в ногу со временем. В то же время развитие искусственного интеллекта делает конкуренцию между предприятиями горячим, предприятия хотят выделиться и продолжать развиваться, необходимо использовать силу системы искусственного интеллекта, чтобы реализовать точную, эффективную и своевременную корпоративную стратегию.

Источники и литература

- 1) Торранс С. Искусственные агенты и расширяющийся этический круг [J], *AI & Soc*, 2013, 28:399-414.
- 2) Китайский центр исследований в области науки и технологий, Университет Цинхуа, Отчет о развитии искусственного интеллекта в Китае, 2018 г. [R].2018.
- 3) Цай Цзысин, 40 лет искусственного интеллекта в Китае [J], *Вестник науки и технологий*, 2016(15):12-32.
- 4) Ю Найчжун, Самосознание и объектное сознание: классовая природа искусственного интеллекта [J], *Academics*, 2017(9):93-101.
- 5) Дуань Вэйвэнь, Обзор ценностей и этическая корректировка в эпоху искусственного интеллекта [J], *Журнал Жэньминьского университета Китая*, 2017(6):98-108.
- 6) Ли Пин, Ян Чжэньинь, Интегрированный человеко-машинный интеллект: искусственный интеллект 3.0 [J], *Tsinghua Management Review*, 2018 (Z2): 73-82.