Это введение

Информация является неотъемлемой частью жизни любого человека с момента его рождения до глубокой старости. При этом мы не всегда осознаем ценность той или иной информации, выделяя только необходимые элементы в определенные моменты нашей жизни. Так, мы не всегда хотим слушать о выгодных предложениях от продавцов в магазине, но в моменты ожидания можем прочитать листовки, висящие в различных местах. Человеческий мозг совершенен и неизвестен в своих возможностях, особенно если это касается памяти, будь она долгосрочной или краткосрочной, ведь мы иногда можем забывать о важных встречах, при этом напевая себе случайно оставленную в голове мелодию из детства.

Студенты и преподаватели работают с огромным количеством данных, представленных, зачастую, в визуальном или текстовом формате. Обрабатывать их может быть затруднительно, особенно если каждый раз для этого требуется использовать различные вспомогательные инструменты. Однако, понимание необходимости в работе с данными заставляет людей уделять достаточно много как рабочего, так и свободного времени для получения данных, не говоря уже информации, которая и нужна для дальнейшей работы. При этом огромная часть полученной информации может, в зависимости от важности и усталости человека, не записываться и запоминаться, повышая риск её потери.

Бизнес, состоящий из людей или работающий за счет технологий автоматизации, точно так же нуждается в информации для своего функционирования, однако из-за специфики коммерческой деятельности, ни один вид предпринимательства не может позволить себе потерять хоть часть информации о внутренних и внешних процессах, связанных с ним.

Как бизнес, так и человек в своей повседневности нуждается в информации как минимум для принятия решений, которое он должен объяснить как себе, так и другим, после чего аргументировать и что-то сделать. Так, для бизнеса, как самый доступный пример, это смена технологического процесса или даже замена производящихся изделий. Если ответственный за процесс изготовления человек просто по своим ощущениям скажет, что необходимо потратить большую сумму денег для сохранения уровня продаж и релевантности по отношению к покупателям, то его вряд ли будут слушать. Вероятнее всего, даже он сам будет сомневаться в прямой необходимости таких существенных изменений. Из-за такого недочета кампания может не только потерять часть клиентов и, соответственно, прибыль, но и самостоятельно лишить себя возможности быть конкурентноспособной на фоне более ответственных соперников.

И лишь благодаря сбору соответствующей информации, кампания могла бы принять решение о каких-то изменениях. Единственная проблема, с которой они могли бы столкнуться, это отсутствие определенности в правильном выборе. Ведь, если брать пример из повседневной жизни, не любые полученные данные и информация могут быть достоверными, что вновь приведет кампанию к вышеперечисленных проблемам. Обладая данными недостаточно получить из них информацию, необходимо узнать, насколько эта информация действительно важна.

Но процесс изучения информации очень длительный, если мы берем что-то крупное в масштабах бизнеса или даже работу с вычислениями. Так, если в транспортной кампании будет составлена таблица расходов, доходов, маршрутных путей, точек доставок, графиков водителей и множества других пунктов, то лишь для её изучения может понадобиться целый отдел квалифицированных специалистов, а ведь эту информацию необходимо проанализировать и сделать полезной. Расходы на такую деятельность могут в некоторых случаях превысить доходность полученной информации.

Однако, в современном мире уже существуют технологии для обработки такого количества данных, хоть они и требуют специалистов для работы, это очень сильно экономит траты и время кампаний на принятие решений. И самым лучшим вариантом будет иметь возможность использовать технологии искусственного интеллекта, который может работать за целый отдел, но траты на его подключение и поддержание в рабочем состоянии могут быть окуплены только в долгосрочной перспективе. Именно из-за трат малый бизнес лишен возможности получения и обработки информации в современном мире, где данные надо получать не только вживую, но и изучая, как и отзывы на свою деятельность, так и мировые тенденции в целом.

В данной работе обсуждается вопрос доступности современных технологий в области искусственного интеллекта для использования в персональной деятельности и в рамках малого бизнеса, не обладающего возможностью содержать или постоянно заказывать работу отдела аналитики.

В первой главе описаны основные аспекты, с которыми может сталкиваться современный человек и бизнес при работе с окружающей информацией, примеры необходимости в возможности быстрого и глубокого анализа данных и как существующие сервисы могут выполнять такие задачи. Во второй главе описывается устройство предлагаемого для реализации программного обеспечения, его преимущества и особенности, выделяющие его на фоне остальных. Третья глава посвящена разработке самого продукта, указаны примеры использования и оценка эргономичности с точки зрения пользователя. В четвертой главе проводится тестирование всего функционала программного обеспечения и выставляется оценка возможностей в решении задач различного уровня сложности.