

РЕЦЕНЗИЯ

На статью «Возможности больших языковых моделей в креативных задачах бизнеса (на примере создания каталога и карточек товаров для электронной коммерции)»

Леонид Юрьевич Гладилин, Сатеник Арамовна Казарян, Аскар Гайсанович Кинжигалиев, Евгений Михайлович Моисеев, ИТМО, Санкт-Петербург, Европейский университет Армении, Саратовский Государственный Университет, Государственный университет управления.

Представленная автором статья по тематике соответствует соответствующему тематическому разделу данного научного журнала.

Аннотация статьи полно отражает содержание и цели исследования, подчеркивая актуальность применения больших языковых моделей в контексте бизнеса и электронной коммерции. В ней указаны основные акценты на вызовах и возможностях, связанных с созданием каталогов и карточек товаров.

**Научное направление работы.** Работа относится к области экономической теории, в частности к вопросам применения инновационных технологий в бизнесе, с акцентом на использование искусственного интеллекта и больших языковых моделей для оптимизации процессов электронной коммерции.

**Класс статьи.** Статья представляет собой научно-исследовательскую работу, которая сочетает в себе теоретические аспекты и практические рекомендации. Она будет полезна как для исследователей, так и для практиков в сфере электронной коммерции и маркетинга.

**Научная новизна.** Научная новизна работы заключается в детальном анализе применения больших языковых моделей для решения специфических креативных задач бизнеса, что ранее было достаточно слабо освещено в литературе. Исследование акцентирует внимание на важности оптимизации информационных товаров и их представления на онлайн-платформах, что открывает новые горизонты для будущих исследований.

**Оценка достоверности представленных результатов.** Достоверность представленных результатов подтверждается ссылками на актуальные исследования в области искусственного интеллекта и электронной коммерции.

**Практическая значимость.** Практическая значимость статьи высока, поскольку полученные результаты могут быть использованы для улучшения процессов создания и оптимизации каталогов товаров в онлайн-торговле. Предложенные автором решения могут помочь коммерческим предприятиям повысить кликабельность своих товаров и привлечь внимание целевой аудитории, что, безусловно, важно в конкурентной среде.

**Формальная характеристика статьи.** Статья написана в научном стиле и структурирована согласно требованиям. Структура включает введение, основные разделы анализа и выводы.

**ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

Статья "Возможности больших языковых моделей в креативных задачах бизнеса" является важным вкладом в исследование применения современных технологий в электронной коммерции. Авторы обосновывают необходимость внедрения больших языковых моделей и предлагают конкретные рекомендации, что делает работу крайне актуальной. Рекомендуется к публикации.

Рецензент:

предприниматель, тренер по Shopify

Талалаева Е.А.

11.06.2024 г. Талалаева Е.А.