

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-5-10>**Кобець Д.Л.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Хмельницький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4822-2951>

Dmytro Kobets

Khmelnytskyi National University

Ковальчук С.В.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та менеджменту,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9535-8678>

Svitlana Kovalchuk

Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute

CHATGPT ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

CHATGPT AS A TOOL FOR DEVELOPING MARKETING STRATEGY FOR ENTERPRISES

Анотація. Поява штучного інтелекту (ШІ) призвела до значних змін у різних сферах, включно з маркетингом. Однією з відомих технологій ШІ є ChatGPT, велика мовна модель, розроблена OpenAI. У цій статті досліджується потенціал ChatGPT як інструменту розробки маркетингової стратегії для підприємств. Стаття починається з огляду ChatGPT та його можливостей, підкреслюючи його здатність генерувати людські текстові відповіді на основі заданих підказок. Досліджено потенціал ChatGPT для автоматизації різноманітних маркетингових завдань, таких як створення контенту, взаємодія з клієнтами та аналіз даних, що може оптимізувати маркетингові процеси та підвищити ефективність. У статті розглядаються переваги використання ChatGPT у розробці маркетингової стратегії. Підкреслюється здатність ChatGPT аналізувати величезні масиви даних і генерувати ідеї для визначення вподобань клієнтів, ринкових тенденцій і аналізу конкурентів. Підкреслюється потенціал ChatGPT у персоналізації взаємодії з клієнтами, наданні індивідуальних рекомендацій і покращенні взаємодії з клієнтами, що може призвести до підвищення рівня задоволеності та лояльності клієнтів. Проаналізовано обмеження ChatGPT, зокрема його залежність від якості даних, потенційні упередження та обмеження в розумінні контексту та нюансів. Визначаються етичні міркування у використанні технології штучного інтелекту, таких як ChatGPT, у маркетингу, таких як проблеми конфіденційності та необхідність прозорого та відповідального використання даних. У статті наведено рекомендації щодо використання ChatGPT у розробці маркетингової стратегії. Ці рекомендації включають врахування контексту, коригування параметрів моделі, регулярне оновлення даних, включення живої взаємодії з клієнтом і вдосконалення моделі на основі відгуків. У статті пропонується розглядати ChatGPT як потужний інструмент розробки маркетингової стратегії для підприємств, здатного автоматизувати, аналізувати та вдосконалювати різні аспекти маркетингової діяльності. Однак також наголошується на необхідності обережного підходу до використання технології, враховуючи етичні аспекти, ризики та необхідність постійного моніторингу та оновлення моделі для забезпечення оптимальних результатів. Крім того, у статті підкреслюється потенціал ChatGPT у сприянні інноваціям у маркетингу, дозволяючи підприємствам експериментувати з новими ідеями, створювати креативний контент і адаптуватися до швидкої зміни динаміки ринку. Підкреслюється потенційна економічна ефективність використання ChatGPT у розробці маркетингової стратегії, оскільки це може зменшити потребу в ручній праці та забезпечити більш ефективне використання ресурсів. Досліджуються наслідки використання ChatGPT для розробки маркетингової стратегії для підприємств різних розмірів і галузей. Підкреслюється, як ChatGPT може принести користь малим і середнім підприємствам, надаючи їм недорогий доступ до передових маркетингових можливостей, які можуть вирівняти умови гри з більшими конкурентами. Також обговорюється, як ChatGPT можна застосовувати в різних галузях, таких як електронна комерція, створення контенту, обслуговування клієнтів і аналіз даних, щоб покращити маркетингові зусилля та отримати конкурентну перевагу. Крім того, у статті розглядаються потенційні проблеми та проблеми, пов'язані з використанням ChatGPT у розробці маркетингової стратегії. Обговорюються потенційні ризики надмірної залежності від штучного інтелекту, необхідність людського контролю та важливість забезпечення конфіденційності та безпеки даних. Висвітлюються проблеми інтеграції ChatGPT в існуючі маркетингові робочі процеси, навчання та тонке налаштування моделі, а також усунення потенційних упереджень у створеному вмісті. На завершення стаття підкреслює значний потенціал ChatGPT як інструменту для розробки маркетингової стратегії для підприємств, що забезпечує такі переваги, як автоматизація, аналіз даних, персоналізація та інновації. Однак також визнаються обмеження, етичні міркування та проблеми, пов'язані з використанням технології ШІ, таких як ChatGPT, у маркетингу. Підприємству варто ретельно розглядати контекст, етичні наслідки та практичне впровадження ChatGPT у процесах розробки маркетингової стратегії, а також визнає необхідність постійного моніторингу, удосконалення та відповідального використання технології. Засалом ChatGPT має потенціал для революції в розробці маркетингової стратегії, і підприємствам потрібно ретельно використовувати його можливості, щоб досягти маркетингового успіху в сучасному бізнес-просторі.

Ключові слова: ChatGPT, штучний інтелект, маркетингові стратегії, маркетингові інструменти.

Abstract. The emergence of artificial intelligence (AI) has brought about significant changes in various fields, including marketing. One of the notable AI technologies is ChatGPT, a large language model developed by OpenAI. This article explores the potential of ChatGPT as a tool for developing marketing strategy for enterprises. The article begins by providing an overview of ChatGPT and its capabilities, highlighting its ability to generate human-like text responses based on given prompts. It discusses the potential of ChatGPT in automating various marketing tasks, such as content generation, customer interactions, and data analysis, which can streamline marketing processes and enhance efficiency. The article delves into the benefits of using ChatGPT in marketing strategy development. It highlights the ability of ChatGPT to analyze vast amounts of data and generate insights for identifying customer preferences, market trends, and competitor analysis. It also emphasizes the potential of ChatGPT in personalizing customer interactions, providing tailored recommendations, and improving customer engagement, which can lead to enhanced customer satisfaction and loyalty. The article discusses the limitations of ChatGPT, including its reliance on data quality, potential biases, and limitations in understanding context and nuance. It also acknowledges the ethical considerations in using AI technologies like ChatGPT in marketing, such as privacy concerns and the need for transparent and responsible use of data. In addition, the article provides recommendations for utilizing ChatGPT in marketing strategy development. These recommendations include considering the context, adjusting model parameters, regular data updates, incorporating live customer interactions, and refining the model based on feedback. The article advocates for considering ChatGPT as a powerful tool for developing marketing strategy for enterprises, capable of automating, analyzing, and improving various aspects of marketing activities. However, it also emphasizes the need for a cautious approach in using the technology, considering ethical aspects, risks, and the need for continuous monitoring and model updates to ensure optimal results. Furthermore, the article highlights the potential of ChatGPT in fostering innovation in marketing by enabling enterprises to experiment with new ideas, generate creative content, and adapt to rapidly changing market dynamics. It also emphasizes the potential cost-effectiveness of using ChatGPT in marketing strategy development, as it can reduce the need for manual labor and enable more efficient use of resources. The article also discusses the implications of using ChatGPT in marketing strategy development for enterprises of different sizes and industries. It highlights how ChatGPT can benefit small and medium-sized enterprises by providing them with affordable access to advanced marketing capabilities, which can level the playing field with larger competitors. It also discusses how ChatGPT can be applied in various industries, such as e-commerce, content creation, customer service, and data analysis, to improve marketing efforts and gain a competitive edge. Moreover, the article addresses the potential concerns and challenges associated with using ChatGPT in marketing strategy development. It discusses the potential risks of over-reliance on AI, the need for human oversight, and the importance of ensuring data privacy and security. It also highlights the challenges of integrating ChatGPT into existing marketing workflows, training and fine-tuning the model, and addressing potential biases in generated content. In conclusion, the article emphasizes the significant potential of ChatGPT as a tool for developing marketing strategy for enterprises, providing benefits such as automation, data analysis, personalization, and innovation. However, it also acknowledges the limitations, ethical considerations, and challenges associated with using AI technologies like ChatGPT in marketing. It encourages enterprises to carefully consider the context, ethical implications, and practical implementation of ChatGPT in their marketing strategy development processes, while also acknowledging the need for ongoing monitoring, refinement, and responsible use of the technology. Overall, ChatGPT has the potential to revolutionize marketing strategy development, and enterprises need to carefully harness its capabilities to drive marketing success in the modern business landscape.

Keywords: ChatGPT, artificial intelligence, marketing strategies, marketing tools.

Постановка проблеми. Розробка маркетингової стратегії підприємства передбачає залучення професійних кадрів, створення на різних етапах цієї роботи продуктивного й іміджевого контенту, ґрунтовний аналіз ринку товарів і послуг, вивчення конкурентів, взаємодію із цільовими аудиторіями та ряд інших трудомістких і тривалих видів робіт. У межах розробки маркетингової стратегії підприємства доцільним є використання новітніх діджитальних інструментів, здобутків у сфері штучного інтелекту. Це зумовлено тим, що під час розробки маркетингової стратегії підприємства фахівці стикаються із рутинними операціями, які є затратними у часовому вимірі та потребують екстенсивних інтелектуальних зусиль, які за умови їх оптимізації могли б бути використанні на генерацію передових ідей стосовно діяльності підприємства. Більше того, розробка маркетингової стратегії неможлива без ґрунтовного аналізу ринку, конкурентного середовища, показників розвитку галузі діяльності в цілому. Пошук такої інформації є трудомістким і тривалим.

Досить трудомісткою і рутинною є розробка різноаспектного контенту для сучасного підприємства, адже вона потребує часу, інтелектуальних зусиль, досягнення унікальності трансльованої цільовим аудиторіям інформації. Тому для оптимізації розробки маркетингової стратегії сучасного підприємства доцільним є використання усіх наявних інноваційних інструментів. Одним із таких інструментів є нещодавно запроваджений ChatGPT, який оптимально консолідує у собі природну мову, інтерактив й передові досягнення штучного інтелекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. ChatGPT уже активно використовується у міжнародних компаніях, про що свідчать публікації зарубіжних учених. Дослідники відмічають інноваційність трансформаційного штучного інтелектуального інструменту ChatGPT, його вплив на компанії, на соціум в цілому. Проведені дослідження у різноманітних галузях діяльності підтверджують здатність ChatGPT підвищувати продуктивність й надавати значні переваги в банківській справі, гостинності та туризмі, в інформаційних технологіях, оптимізувати бізнес-діяльність, менеджмент і маркетинг. У дослідженнях також наголошується на важливості розкриття етичних і правових проблем у використанні новітнього чат-бота у різних контекстах [8]. Учені займаються вивченням короткострокових і довгострокових перспектив впливу використання ChatGPT на ринок праці, які полягають у переміщенні фахівців, зайнятих рутинними видами роботи, у створенні нових можливостей працевлаштування через опанування нових продуктивних навичок [11].

ChatGPT – це платформа чат-ботів на основі штучного інтелекту, яка дозволяє користувачам спілкуватися з машинами. Він використовує обробку природної мови та алгоритми машинного навчання, змінюючи спосіб взаємодії людей із технологією штучного інтелекту. ChatGPT пропонує значні переваги порівняно з попередніми подібними інструментами, а його потенціал для застосування в різних сферах викликав увагу та очікування. Однак деякі експерти насторожено ставляться до ChatGPT, посилаючись на етичні

наслідки. Учені переконливо доводять, що ChatGPT має значний потенціал для трансформації маркетингу та формування його майбутнього, адже дає змогу маркетологам створювати контент швидше та потенційно з якістю, подібною до того, що створюють люди. Це також може допомогти маркетологам проводити ефективніші дослідження та краще розуміти клієнтів, автоматизувати обслуговування клієнтів і підвищити ефективність. Упровадження у маркетингову діяльність ChatGPT допомагає революціонізувати маркетинг, уникаючи потенційної шкоди для зацікавлених сторін. ChatGPT має потенціал для революції в маркетинговій індустрії, автоматизуючи завдання, надаючи інформацію точніше, потенційно покращуючи залучення клієнтів. Однак існують побоювання щодо етичних і суспільних наслідків його використання. Здатність ChatGPT збирати й аналізувати великі обсяги особистих даних викликає занепокоєння щодо конфіденційності. Крім того, ChatGPT може призвести до втрати роботи, оскільки він автоматизує певні завдання, які раніше виконували люди. ChatGPT дає можливість проводити більш ефективні дослідження та розуміти словниковий запас споживачів, сприйняття та ставлення до продуктів і кампаній. ChatGPT також може допомогти маркетологам персоналізувати електронні листи та рекомендації, забезпечити цілодобове автоматизоване обслуговування клієнтів і підвищити ефективність і точність обслуговування клієнтів. Однак у маркетингу на основі ChatGPT надзвичайно важливо надавати пріоритет прозорості, пом'якшенню упередженості, захисту конфіденційності, оцінки ризиків, підвітності, постійного моніторингу та прийняття етичних рішень. ChatGPT має потенціал для трансформації маркетингу, його впровадження необхідно ретельно проаналізувати, щоб уникнути потенційних ризиків і забезпечити етичність прийняття рішень [10].

Використання ChatGPT у маркетингу дає можливість полегшити формування ідей, а також уможливити обмін конкретизованими ідеями між різними членами команди, суттєво скоротити маркетингові витрати, ефективніше досягати бажаних бізнес-результатів, розвинути персоналізоване спілкування, підлаштувати товарну політику до конкретних типів особистості, помітно збільшити потенційний ринок індивідуальних продуктів [9].

Авторами зарубіжних наукових розвідок основних акцент робиться на оцінці переваг і викликів запровадження популярного й новітнього чат-бота у діяльність підприємства, його впливу на ринок праці, наголошується на необхідності урахування етичних, правових аспектів використання ChatGPT, вказується на продуктивність застосування бота у різних галузях діяльності. Проте у вітчизняній науці за короткий час існування ChatGPT не проведено ґрунтовних досліджень ефективності використання інноваційного чат-бота у маркетинговій діяльності підприємства, що є інсайтом для ретельного вивчення цього інструмента у контексті провадження маркетингової діяльності підприємства.

Мета статті – проаналізувати можливості ChatGPT у побудові маркетингової стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу. ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) – це чат-бот, запущений компанією OpenAI у листопаді 2022 року, який являє собою комбінацію великої статистичної моделі мови та штучного інтелекту. ChatGPT можна використовувати для

найрізноманітніших цілей, включно з відповідями на запитання, наданням інформації та невимушеною бесідою. ChatGPT дає можливість підтримувати спілкування тими ж вербальними засобами, що й людина, проявляє здатність до розуміння наданого йому людиною контенту, реагує на запити користувачів. ChatGPT відрізняється від інших наявних на ринку ботів наявністю великою мовною моделлю, аналогічною людській, здатністю до аналізу запитів користувачів і покращення на цій основі наявних функцій, що забезпечує високу персоналізованість і релевантність спілкування. ChatGPT має хороші можливості для створення контенту для різних цільових аудиторій. Особливо актуальний цей новітній інструмент для SEO та інтернет-маркетингу [6].

Здатність ChatGPT генерувати текст або ідеї на задану тему, заголовки та рекламні оголошення, знаходити інформацію, працювати в діалоговому режимі, допомагати в розробці UX/UI дизайну є ґрунтовним інсайтом для використання його у маркетинговій діяльності. На сьогодні вже є реальні приклади роботи інструменту саме у маркетинговій діяльності підприємства. У маркетингу ChatGPT для підвищення ефективності роботи маркетологів через автоматизацію рутинних операцій, для швидкого написання унікальних персоналізованих листів, створення контент-стратегії, створення детальної стратегії рекламної кампанії у соціальних мережах, суттєве скорочення часу на пошук потенційних клієнтів, упровадження маркетингових методів, що відповідають запитам користувачів, підвищуючи конверсію. Попри усі переваги новітнього інструменту у маркетинговій діяльності він не може повністю замінити працю спеціалістів, а тільки оптимізувати її зокрема у створенні більш персоналізованих та ефективних кампаній, продуктів, веб-сайтів, контенту [7].

Велику ефективність ChatGPT має у взаємодії з клієнтами, адже цей інструмент дає змогу компаніям створювати високоперсоналізовані інтерактивні взаємодії з клієнтами, генерувати високоспеціалізовані розмови, адаптовані до індивідуальних потреб клієнта, надавати клієнтам персоналізовану інформацію та рекомендації, будувати міцніші стосунки клієнтами та максимізувати цінність маркетингових зусиль компанії. Зібрана цим новітнім чат-ботом інформація про цільові аудиторії може бути використана для розробки майбутніх маркетингових стратегій і кампаній, для підвищення ефективності уже традиційних рекламних кампаній, дає змогу краще зрозуміти вподобання клієнтів і надати індивідуальні пропозиції щодо продуктів, які підвищать продажі та лояльність клієнтів; випереджати конкурентів і пропонувати клієнтам більш привабливий досвід із більш актуальними рекомендаціями щодо продуктів [1].

Через використання ChatGPT маркетологи можуть оптимізувати свою роботу зі створення контенту, зокрема для добору цікавих тем для статей, постів, але зовсім не для повноцінних статей. Чат-бот може пришвидшити роботу спеціалістів з маркетингу через можливість автоматично створювати пости за готовими шаблонами, підказувати, як зробити їх привабливішими, робити рерайт текстів – для підвищення їх унікальності. З доступом до величезної кількості даних бот здатний часто оновлювати описи товарів в онлайн-магазинах, вивільняючи маркетологів для більш творчих завдань.

У створенні реклами та SEO ChatGPT надасть суттєву допомогу у підборі ключових слів для контекстної реклами в пошукових системах або Twitter. Нейромережа може знайти слова, розсортувати їх за типом запитів, розподілити за кластерами, створити таблицю та провести аналіз тональності.

При аналізі ринку чат-бот допоможе наданням списку ключових конкурентів галузі, зможе сформувати список журналістів, які пишуть на певну тему, перелік інвесторів, які вкладають гроші у той чи інший сектор бізнесу. ChatGPT суттєво підвищить оперативність у роботі з клієнтами через можливість підтримання продуктивних комунікацій, здатність запам'ятовувати індивідуальні особливості користувачів, краще розуміти кожного клієнта. ChatGPT також автоматизує роботу маркетологів зі створення списків, написання однотипних електронних листів, збирання та систематизації маркетингових даних. Тому новітній чат-бот є важливим помічником маркетологів у генеруванні ідей для контенту, створенні структури статті на певну тему, пошуку фактів, статистичних даних, у рерайті матеріалів, зміні тональності, створенні реклами й SEO-оптимізації, створенні релевантних тем для таргетингу, метаописів для контенту, заголовків для вмісту сторінки компанії, рекламних оголошень на основі контенту, аналізу ринку й пошуку конкурентів, контактів спеціалістів у певній сфері, написанні листів із запрошенням на співбесіду, у зміні й унікалізації інформаційних листів [3].

Стосовно вивільнення кадрів у зв'язку із упровадженням у роботу маркетологів новітнього бота, то він сам погоджується із такою перспективою і водночас наголошує на тому, що це може створити можливість для фахівців перепрофілюватися, щоб виконувати більш складну та креативну роботу [5]. Фахівці з маркетингу високо оцінюють ефективність нещодавно упровадженого чат-боту як помічника у складанні «скелета» PR-стратегії [2].

Доцільність використання ChatGPT у якості інструмента для розробки маркетингової стратегії підприємства продиктована такими тенденціями як активізація нейромаркетингу та діджиталізація. Адже в епоху діджиталізації маркетологи надають перевагу розробці маркетингової стратегії просування продукції та послуг через Інтернет та соціальні мережі. При цьому використовуються сучасні стратегічні напрями маркетингової діяльності підприємства, як-от нейромаркетинг – використання технології виміру активності мозку людини; візуалізації; сканування; технології відстеження реакції людини та рекламу, продукти, послуги [4, с. 98, 102]. ChatGPT саме дає змогу у межах комунікації з цільовими аудиторіями зафіксувати й відстежити реакцію потенційного чи реального клієнта на трансльований йому контент, встановити уподобання клієнтів та на цій основі запропонувати їм цікавий і актуальний саме для них спектр товарів чи послуг.

ChatGPT значною мірою підвищує ефективність розробки маркетингової стратегії підприємства. Це пояснюється тим, що маркетологи, використовуючи можливість новітнього бота, можуть швидко згенерувати заголовки, ідеї рекламних кампаній, а потім унікалізувати їх, творчо переробити, що буде менш затратно у часовому вимірі та вивільнить інтелектуальний потенціал фахівців маркетингової служби компанії саме на виконання творчих, а не рутинних видів робіт.

Суттєве значення для розробки маркетингової діяльності підприємства має урахування потреб, інтересів, вимог цільових аудиторій. Саме цей напрям роботи можна доручити новітньому чат-боту, який, вибудовуючи комунікації із клієнтами, зафіксує ключові їхні інтереси та дасть можливість фахівцям з маркетингу розробити й запропонувати цільовим аудиторіям, окремим сегментам найнеобхідніший і найактуальніший продукт чи послугу.

Велике значення у розробці маркетингової стратегії має вивчення ринку, аналіз конкурентів, над чим зможе ефективно працювати ChatGPT, який у найкоротші терміни надасть відомості працівникам маркетингової служби підприємства про основні тенденції ринку товарів і послуг певної галузі, про основних конкурентів та дасть змогу суттєво посилити конкурентні позиції підприємства.

Урахування при розробці маркетингової стратегії підприємства зібраних і наданих новітнім чат-ботом відомостей про цільові аудиторії, конкурентне середовище, про перспективи розвитку конкретної галузі в цілому дозволить організувати ефективну маркетингову діяльність підприємства, підвищити його іміджеві позиції на ринку товарів і послуг, покращити лояльність цільових аудиторій, надати суб'єкту бізнесової діяльності інвестиційної привабливості, збільшити прибутковість підприємства, створити оригінальний контент про підприємство та його продукцію чи послуг для подальшого використання у рекламних кампаніях у соціальних медіа, залучити різноманітні інтернет-спільноти до вивчення думки про товар чи послуг, охопити набагато ширше коло цільових аудиторій.

Основні переваги ChatGPT у розробці маркетингової стратегії підприємства можна узагальнити за такими напрямками, як: розробка, оптимізація й унікалізація контенту про підприємство та його продукцію / послуги (продукування влучних тем, слоганів для досягнення прихильності потенційних клієнтів), вивчення ринкових тенденцій (розвиток ринку товарів і послуг певного напрямку, визначення поведінки споживачів, діагностування конкурентних позицій, прийняття раціональних рішень стосовно маркетингу), оптимізація роботи із соціальними медіа (створення й розсилання повідомлень у соціальних мережах, збір даних про цільові аудиторії через опитування у соціальних мережах), автоматизація й пришвидшення клієнтського обслуговування на основі обробки запитів клієнтів і надання їм відповідей), оптимізація контенту (надання рекомендацій щодо оптимального вмісту веб-ресурсів підприємства з подальшим покращенням їх видимості й рейтингових позицій у пошукових системах).

Висновки. ChatGPT є продуктивним інноваційним інструментом оптимізації роботи з розробки маркетингової стратегії підприємства. Новітній чат-бот спрощує й пришвидшує рутинні операції працівників маркетингової служби підприємства, вивільняє час маркетологів на творчу обробку згенерованих ботом ідей, тем, суттєво скорочує час на пошук актуальної для підприємства конкретної галузі статистики, надає доступ до актуальних контактів потенційних партнерів підприємства, надає дані про основних конкурентів галузі діяльності певного підприємства.

Перспективу подальших наукових розвідок в означеному напрямі становить дослідження ефективності

використання інноваційного чат-бота у побудові маркетингової стратегії підприємства, у провадженні маркетингової діяльності. Окремий науковий інтерес становлять можливості й виклики використання ChatGPT у підприємствах різних галузей, у різних видах діяльності людини. Масове упровадження інноваційного чат-бота також потребує ґрунтовного вивчення транс-

формацій ринку праці, оновлення й розширення функцій працівників маркетингової служби підприємства, які до запровадження ChatGPT були зайняті виконанням рутинних операцій, проведення дієвого навчання для маркетологів й надання їм нових ролей у трансформаційних реаліях використання набутків нейромережі, штучного інтелекту й діджитальних засобів.

Бібліографічний список:

1. Використання ChatGPT для рекомендацій продуктів і персоналізованого маркетингу. URL: <http://surl.li/pmqa> (дата звернення: 20.04.2023).
2. Гончаренко В. Експеримент за \$20: як ChatGPT написав PR-стратегію для медичної лабораторії. URL: <https://mmr.ua/show/yak-chatgpt-napysav-pr-strategiyu-dlya-medychnoyi-laboratoriyi> (дата звернення: 20.04.2023).
3. Ладуба М. Придумає за вас слогани, складе список конкурентів і... допоможе залишатися людьми. Чи відбере ChatGPT роботу в маркетологів. URL: <https://mc.today/uk/pridumaye-za-vas-slogani-sklade-spisok-konkurentiv-i-dopomozhe-zalishatisya-lyudmi-chi-vidbere-chatgpt-robotu-v-marketologiv/> (дата звернення: 20.04.2023).
4. Петрова І.Л., Лойко Є.М. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. № 1 (65). С. 95–104. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-95-104>
5. Смирнова І. Як штучний інтелект змінює ринок праці в Україні: The Page спитав про це ейчара та ChatGPT. URL: <https://thepage.ua/ua/news/yak-chatgpt-vplivuv-na-robotu-riznih-fahivciv-v-ukrayini> (дата звернення: 20.04.2023).
6. Що таке ChatGPT, які його особливості та як він працює? URL: <https://rozkrutka.site/chatgpt/> (дата звернення: 20.04.2023).
7. ChatGPT і маркетинг у 2023 році: 7 кейсів, які допоможуть розвинути ваш проєкт. URL: <https://turumburum.ua/blog/chatgpt-i-marketing-u-2023-rotsi-7-keysiv-yaki-dopomozhut-rozvinuti-vash-proekt/> (дата звернення: 20.04.2023).
8. Dwivedi, Yogesh K., et al. So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*. 2023. No. 71. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642> (дата звернення: 20.04.2023).
9. Renana Peres, Martin Schreier, David Schweidel, Alina Sorescu. On ChatGPT and beyond: How generative artificial intelligence may affect research, teaching, and practice. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2023.03.001> (дата звернення: 20.04.2023).
10. Rivas Pablo, Zhao Liang. Marketing with ChatGPT: Navigating the Ethical Terrain of GPT-Based Chatbot Technology. *AI*, 2023. Vol. 4.2. P. 375–384. DOI: <https://doi.org/10.3390/ai4020019> (дата звернення: 20.04.2023).
11. Zarifhonarvar Ali. Economics of chatgpt: A labor market view on the occupational impact of artificial intelligence. 2023. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4350925> (дата звернення: 20.04.2023).

References:

1. Vykorystannia ChatGPT dlia rekomendatsii produktiv i personalizovanoho marketynhu. Available at: <http://surl.li/pmqa> (accessed April 20, 2023).
2. Honcharenko V. Eksperyment za \$20: yak ChatGPT napysav PR-stratehiu dlia medychnoi laboratorii. Available at: <https://mmr.ua/show/yak-chatgpt-napysav-pr-strategiyu-dlya-medychnoyi-laboratoriyi> (accessed April 20, 2023).
3. Laduba M. Prydumaye za vas slohany, sklade spysok konkurentiv i... dopomozhe zalyshatysia liudmy. Chy vidbere ChatGPT robotu v marketolohiv. Available at: <https://mc.today/uk/pridumaye-za-vas-slogani-sklade-spisok-konkurentiv-i-dopomozhe-zalishatisya-lyudmi-chi-vidbere-chatgpt-robotu-v-marketologiv/> (accessed April 20, 2023).
4. Petrova I. L., Loiko Ye. M. (2022) Metodychni zasady rozrobky marketynhovoї stratehii pidpryemstva. *Vcheni zapysky Universtyetu «KROK»*, no. 1 (65), pp. 95–104. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-95-104>
5. Smyrnova I. Yak shtuchnyi intelekt zminiue rynek pratsi v Ukraini: The Page spytav pro tse eichara ta ChatGPT. Available at: <https://thepage.ua/ua/news/yak-chatgpt-vplivuv-na-robotu-riznih-fahivciv-v-ukrayini> (accessed April 20, 2023).
6. Shcho take ChatGPT, yaki yoho osoblyvosti ta yak vin pratsiuie? Available at: <https://rozkrutka.site/chatgpt/> (accessed April 20, 2023).
7. ChatGPT i marketynh u 2023 rotsi: 7 keisiv, yaki dopomozhut rozvynuty vash proekt. Available at: <https://turumburum.ua/blog/chatgpt-i-marketing-u-2023-rotsi-7-keysiv-yaki-dopomozhut-rozvinuti-vash-proekt/> (accessed April 20, 2023).
8. Dwivedi Yogesh K. et al. (2023) So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, no. 71. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642> (accessed April 20, 2023).
9. Renana Peres, Martin Schreier, David Schweidel, Alina Sorescu. On ChatGPT and beyond: How generative artificial intelligence may affect research, teaching, and practice. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2023.03.001> (accessed April 20, 2023).
10. Rivas Pablo, Zhao Liang (2023) Marketing with ChatGPT: Navigating the Ethical Terrain of GPT-Based Chatbot Technology. *AI*, vol. 4.2, pp. 375–384. DOI: <https://doi.org/10.3390/ai4020019> (accessed April 20, 2023).
11. Zarifhonarvar Ali. Economics of chatgpt: A labor market view on the occupational impact of artificial intelligence. 2023. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4350925> (accessed April 20, 2023).

Стаття надійшла до редакції 15.12.2023