

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ



Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених

**«ГЛОКАЛІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»**

*До 150-річчя Симона Літмана*

м. Одеса, 13 жовтня 2023 року

ОДЕСА – ОНЕУ – 2023

Мірошниченко М.В. АНТИКРИЗОВІ ЗАХОДИ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ.....	201
Ситніков О.С. МЕДІАКТИВНІСТЬ АТ «ОЩАДБАНК».....	204

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИМИ КОМПЛЕКСАМИ**

Tiutiunyk H.O. THE ROLE OF AQUACULTURE FACILITIES IN ENSURING ENVIRONMENTAL SAFETY AND THE POST-WAR DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE.....	206
Бистра К. І. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	208
Бондарчук О. Г. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ.....	210
Даниленко Д. О. ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	212
Кириченко І.В., Шикіна О.В. ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	214
Копитко Т.С., Шикіна О.В. ПРИНЦИПИ ВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТІ.....	216
Коцюрубенко Г.М., Шикіна О.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP».....	218
Мацука В.М. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТСЬКИМ КОМПЛЕКСОМ В УМОВАХ КРИЗОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	220
Мугиль К. М. “РОЗУМНІ ТУРИСТИЧНІ ТЕРИТОРІЇ” ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	222
Нечева Н.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	224
Ремігайло І.Ю., Шикіна О.В. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ЗАЛЕЖНО ВІД КУЛЬТУРНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ.....	226
Чапаров Є.І., Шикіна О.В. СВІТОВИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЕ-ТУРИЗМУ.....	228

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ**

Біліонова О. М. МЕТОДИ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ.....	230
Данилюк А.І. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	232
Іванов І. О., Юргачова М.І. УНИКНЕННЯ РОЗЧАРУВАННЯ ІНВЕСТОРА ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРЕФЕРЕНЦІЙ.....	234
Каратнюк О.С. БАНКІВСЬКІ ДЖЕРЕДА ФІНАНСУВАННЯ МІКРО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	236
Лук'янов С.В. ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЦИФРОВІЗАЦІЮ СТРАХОВОГО БІЗНЕСУ.....	238
Пучок М. С. РОЛЬ «БЕЗПЕЧНИХ» АКТИВІВ У ПОРТФЕЛІ ІНВЕСТОРА ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	240
Тарасюк С.В. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ.....	242
Кулікова Є.О. МОНІТОРИНГ СУЧАСНОГО СТАНУ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	243

**Кириченко І.В.**

здобувач кафедри маркетингу та міжнародної логістики  
*Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна*

**Шикіна О.В.**

доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики  
*Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна*

## **ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ (НА ПРИКЛАДІ CHATGPT)**

Поняття «інтернет-маркетинг» почали використовувати лише на початку 1990-х рр., коли інформаційні технології стали активно розвиватися. Інтернет-маркетинг – це не винятково реклама та її розміщення, а велика галузь економіки. Мета інтернет-маркетингу – підвищити ефективність веб ресурсу, що є бізнес-інструментом у сучасному світі [1, с 130.].

Chat GPT (Generative Pre-trained Transformer, генеративний попередньо навчений трансформатор) – це чат-бот, який є комбінацією великої статистичної моделі мови та штучного інтелекту [3].

Цей чат-бот може стати в нагоді людям, що працюють в різних сферах від медицини до веб дизайну. Наприклад, ChatGPT успішно склав іспит на медичну ліцензію США (USMLE), який є обов'язковим для всіх лікарів, які працюють у Сполучених Штатах. Чат-бот відмінно склав іспит з мікробіології, розроблений доктором-мікробіологом Алексом Березовим [4].

Також цей сервіс може допомогти веб розробнику. Вам не потрібно запам'ятовувати різні теорії кольорів, чи зберігати назви сайтів, чи плагінів, які можуть стати в нагоді. Достатньо лише дати запит ChatGPT, щоб він згенерував відповіді на ваш запит.

Сьогодні використання ChatGPT є досить поширеним в інтернет-маркетингу, про це свідчать результати досліджень, які отримало агентство цифрового маркетингу AuthorityNacker. Так, фахівці даного агентства провели опитування з 27 питань, щоб дізнатися про те, як діджитал-маркетологи використовують технологію штучного інтелекту. Щоб охопити широку аудиторію, дослідники розіслали опитування 100 тис. підписників електронної розсилки, поділилися ним у Twitter, розмістили в подкасті та в спільнотах на Facebook і Discord, а також запустили кілька платних оголошень у Facebook і Twitter, щоб збільшити кількість відповідей. Всього за сім днів було зібрано 3812 відповідей. Крім того, AuthorityNacker відстежили географічний розподіл учасників і виявили представників 134 країн, класифікувавши їх за регіонами. Більшість учасників опитування були з Північної Америки, Європи та Азії. [2].

Результати досліджень показали, що 75,7% маркетологів використовують інструменти штучного інтелекту у повсякденній роботі. 69% маркетологів використовують ChatGPT, що робить його найпопулярнішим інструментом штучного інтелекту.

На думку експертів, ChatGPT став настільки популярним серед користувачів, через його доступність та простоту користування: по-перше, сервіс є абсолютно безкоштовним, по-друге, не потрібно реєструватися, по-третє, цей чат-бот підтримує різні мови, ви можете

писати будь-якою мовою й він вас зрозуміє, тобто не потрібно заздалегідь шукати в налаштуваннях перемикач мов.

85,1% користувачів AI використовують його для створення контенту в блогах. Наприклад, чат-бот ChatGPT може легко розробити контент-план, прописати теми для постів і самі пости, згенерувати ідеї для оформлення дописів тощо. 65,8% опитаних вважають, що контент від штучного інтелекту такий самий або кращий за створений людиною. 13,9% занепокоєні точністю даних або якістю контенту, отриманого завдяки штучному інтелекту. Це обгрунтоване занепокоєння, оскільки ШІ часто вигадус різні факти та дані. 32,9% компаній вже замінили деякі результати праці людей рішеннями штучного інтелекту. Зміни на ринку праці можуть відбутися набагато швидше, ніж усі думають – 32,9% респондентів заявили, що їхні компанії вже переорієнтували деякі завдання, які виконувала людина, на рішення від штучного інтелекту. Це показує, наскільки швидко бізнес впроваджує технології штучного інтелекту. Великі зміни вже відбуваються. Автори дослідження очікують, що ця цифра значно зросте протягом наступних 12 місяців.

Проаналізувавши ChatGPT як інструмент Інтернет-маркетингу, можна зробити висновок, що цей інструмент дуже допомагає діджитал-маркетологам в розробці контент-стратегій, генерації ідей для текстів чи оформленні рекламних матеріалів. Однак, на мою думку, даний чат-бот як і інші сервіси штучного інтелекту можуть лише залишитись інструментами, що допомагають фахівцям в їх роботі. Штучний інтелект може лише давати ідеї та розв'язувати стандартні питання, а вже людина систематизує весь матеріал та оптимізує його під свої потреби та проєкти. Для того, щоб штучний інтелект, в тому числі й ChatGPT, приносив лише позитивний результат необхідно лише навчитися правильно ним користуватися, тобто ставити правильний запит, а після отримання даних уважно їх вивчити та проаналізувати, щоб не використати хибні дані чи уникнути відсутності унікальності вашого кінцевого рішення.

### **Література:**

1. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
2. Смирнова Т. Стан штучного інтелекту в індустрії інтернет-маркетингу: дослідження 2023 року // GBC Time. 2023. URL: <http://surl.li/mazeo>
3. Ріттер А. Що вміє чат-бот Chat GPT зі штучним інтелектом або наскільки близько царювання Skynet? URL: <http://surl.li/mazfd>
4. Чим чат GPT може бути корисний медицині? // Асоціація Дієтологів України. 2023. URL: <https://uda.in.ua>.