

## ЧИ МОЖЕ ЗАМІНИТИ НЕЙРОМЕРЕЖА CHATGPT РОБОТУ МАРКЕТОЛОГА? CAN THE CHATGPT NEURAL NETWORK REPLACE A MARKETER'S WORK?

У статті розглянуто особливості впливу технологічної новинки ChatGPT на сферу маркетингу, яка використовує штучний інтелект у практичному його вимірі. Зазначено, що розвиток штучного інтелекту зумовлює зміни на ринку праці, під ударом професії, які відповідальні за рутинні та монотонні обов'язки, а також небезпечна праця людини. Однак, поява нових професій, дає можливість стверджувати, що штучний інтелект не забиратиме роботу у людей, а навпаки пропонуватиме заміну їх на прогресивніші напрями. На нашу думку, ChatGPT створений для того, щоб допомогти людині, виконувати просту та рутинну роботу, у той час, як сама людина зможе присвятити себе чомусь більш важливому та творчому. Контроль з боку людини за нейромережею доводить важливість людського фактору, ChatGPT не є експертом у певній сфері, він може лише рекомендувати, а останнє рішення завжди за професіоналом.

**Ключові слова:** штучний інтелект, ChatGPT, інновація, технологічна новинка, маркетинг, контент-маркетинг, ринок праці, професії.

*In the process of transforming the Internet from a global communication tool into an effective tool in the field of marketing, the industry where everything changes almost every day, and therefore requires a marketer to familiarize himself with marketing channels and chats, read online publications and develop new hard skills. This was the challenge for the fact that after GPT chat entered the market, it was almost entirely associated with the work of a marketer. Of course, it has undeniable potential: Bot can create content, generate ideas, and take over routine work. According to a survey in the US, 37% of marketing and advertising professionals said they have already used ChatGPT and other AI-based tools in their work. So, a bot can bring a lot of benefit specifically to content marketing: improving the text, creating interesting and relevant content to attract attention and attract a new audience, adapting it to the target audience, communicating with customers through round-the-clock support, automating routine tasks. In our opinion, ChatGPT is designed to help humans by performing simple and routine work, while the human beings can devote themselves to something more important and creative. The human control over the neural network proves the importance of the human factor, as the text generated by ChatGPT may not correspond to the message or interests that the company wants to convey to consumers, its data is limited to 2021, and it has no self-awareness. After all, ChatGPT is not an expert in a particular field, it can only make recommendations, and the final decision is always up to a professional. The development of artificial intelligence is causing changes in the labor market, with professions responsible for routine and monotonous duties and dangerous human labor. However, the emergence of new professions, such as: digital removalist, data detective, drone manager, chief automation officer, rewilder, human-machine teaming manager, Internet lawyer digital currency advisor, smart home design manager, and trash engineer/garbage designer all suggest that artificial intelligence will not take away jobs from people, but rather offer to replace them with more progressive areas.*

**Key words:** artificial intelligence, ChatGPT, innovation, technological innovation, marketing, content marketing, labor market, professions.

УДК 339.138:659.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct71-33>

**Тараєвська Л.С.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

**Волошинович А.О.**

здобувач вищої освіти,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

**Taraevska Lesya**

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

**Voloshynovych Andriy**

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

**Постановка проблеми.** Штучний інтелект як сфера перспективного розвитку, що вивчає межі та інструменти механічної системи отримання даних, їхньої обробки та практичного застосування зібраних знань та вмій, набуває щороку нових форм та змісту. Технологізація маркетингової діяльності – це, не що інше як підвищення організованості та ясності проведеної роботи, чітке визначення основних етапів її здійснення. Саме тому, людей багатьох професій, зокрема копірайтерів, контент-менеджерів, письменників, маркетологів охопив страх того, що їхня робота стане більше не актуальною, адже тепер її робитиме штучний інтелект. І це, не далеке майбутнє, а теперішнє, яке викликане доступністю ChatGPT в Україні. Проте, чи варто справді боятися того, що штучний інтелект зможе повністю замінити людину на ринку праці? Чи можливо штучний інтелект вдосконалюється лише з метою роботи над рутинним та довгими завданнями, у той час як людина зможе приділити час для вирішення більш глобальних задач. Ці та низка інших причин змусили нас до дослідження впливу ChatGPT на одну з найбільш вразливих

до зникнення професій при появі штучного інтелекту – маркетинг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Використання технологій штучного інтелекту в маркетингу є відносно новим напрямом досліджень, відображення яких знаходимо в роботах як зарубіжних так і вітчизняних авторів, серед яких: Пол Руетзера, Стівен Фокс, А. В. Шаха, І. В. Колбаско. Більш поширеними дослідженнями є виокремлення особливостей застосування Інтернету в маркетинговій діяльності. Цим питанням присвячені праці Д. Еймора, С. М. Ілляшенко, О. С. Варвиш, К. Вертайма, Ф. Віріна, В. А. Висоцької, Л. Вундермана, М. Котіна, М. С. Лебеденко. Зазначимо, що технологізація процесу маркетингової діяльності дає змогу більш ефективно вирішувати проблеми, здатна забезпечити підвищення наукової обґрунтованості з точки зору узгодження інтересів підприємства, споживача і суспільства загалом. Саме тому, вивчення можливостей штучного інтелекту у сфері маркетингу та його вплив на економіку й суспільство, з врахуванням шаленого ажіотажу

навколо новоствореної нейромережі ChatGPT, яка стала темою тисячі статей в мережі Інтернет, приводом безлічі дискусій між науковцями та значним полегшенням для молоді, потребує ґрунтовнішого розгляду.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення особливостей впливу технологічної новинки ChatGPT на сферу маркетингу, яка використовує штучний інтелект у практичному його вимірі. Завданнями, які потребують вирішення є: визначення основних напрямів маркетингу, де може бути застосований штучний інтелект ChatGPT, аналіз його основних переваг та недоліків, а також на прикладі сфери маркетингу дослідити, чи справді дана інновація зможе усунути людину з ринку праці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Штучний інтелект уже давно є частиною сучасного бізнес-середовища ділового світу, а маркетинг невід'ємною її складовою, галуззю, де все змінюється чи не щодня. Щоб бути в курсі подій, маркетологу потрібно щодня вивчати маркетингові канали та чати, щонайменше раз на місяць читати онлайн-видання та прокачувати нові hard skills [1].

Проте війна в Україні внесла свої зміни не тільки у кожний аспект життя українців, а і у кожну сферу діяльності. У 2022 році бізнес, а відповідно і маркетингова діяльність перейшла у стадію простою, залишились виключно активності, які найнеобхідніші для його ведення, і в основному це маркетингові сервіси діджитал формату: проекти досліджень онлайн ритейлу, e-commerce промоції, CRM та програми лояльності. Івенти, спонсорство та споживчі активації найбільше скоротились, але продовжили існувати як соціальні проекти та у форматі партнерств з українськими митцями, зірками, фондами та брендами. Основна мета більшості втілених в життя проектів – це збір коштів для потреб ЗСУ та ТРО, також для забезпечення ринку товарами, створення нових продуктів під потреби армії та населення. Компанії сприяють висвітленню подій на міжнародному рівні, беручи участь та організовуючи заходи на підтримку країни. У 2023 році умовно можна спрогнозувати обсяг ринку маркетингових сервісів як мінімум на рівні 2022, і як максимум зростання його на 14%. Відновлення ринку на пряму залежить від швидкості перемоги України [2] і використання тих можливостей, які транслює новостворена нейромережа ChatGPT, яку майже цілковито пов'язали з роботою маркетолога.

ChatGPT (Chat Generated Pre-Trained Transformer) є чат-ботом AI, який використовує модель обробки природної мови GPT-3.5, розроблену OpenAI. Різноманітні галузі, включно з маркетингом, використовували його як інструмент для покращення та автоматизації взаємодії з

клієнтами та покращення загального досвіду роботи з ними [3].

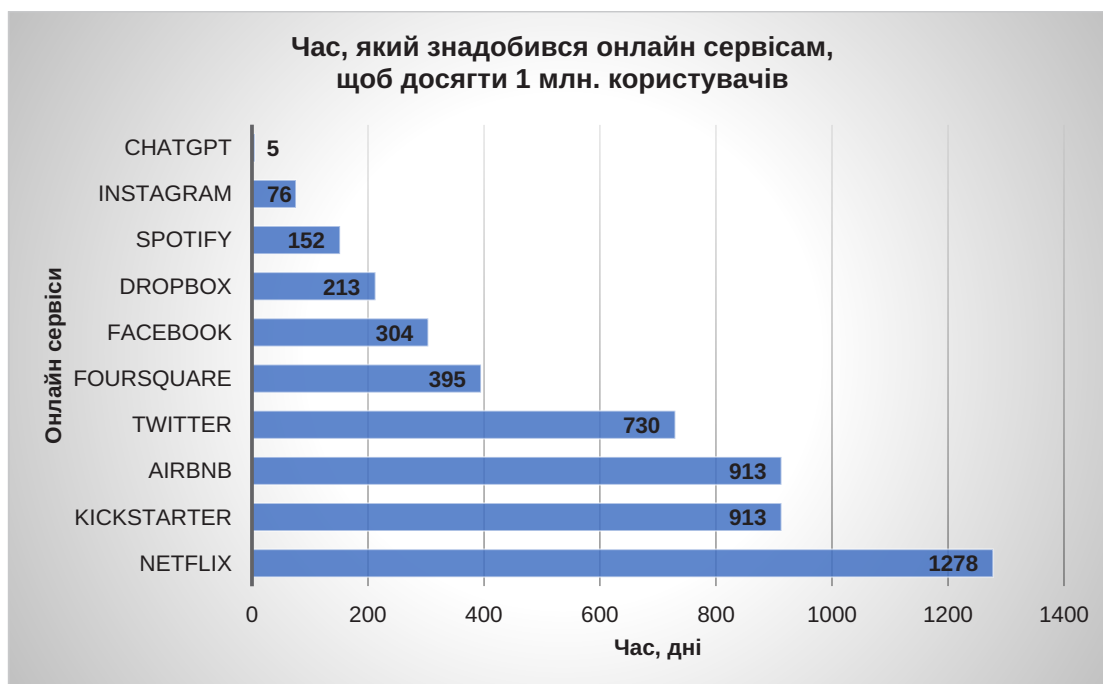
ChatGPT у перші дні свого використання здобув небачену дотепер популярність: 1 млн. користувачів за 5 днів, у той час, як соціальним мережам, на кшталт Instagram, Facebook, Twitter, знадобилися місяці, щоб дійти до таких показників (рис. 1). Компанія OpenAI, яка володіє даною інновацією, оцінює, що вони зможуть отримати один мільярд доларів доходу до кінця 2024 року [4].

Якщо ж розглядати вплив даної інновації на маркетинг, то зазначимо, що ChatGPT є корисним для контент-маркетингу, адже штучний інтелект, використовуючи обробку природної мови, створить цікавий та релевантний контент для залучення нової або утримання старої цільової аудиторії. Чат адаптує вміст реклами до конкретних побажань і потреб певної категорії людей, що у результаті приверне увагу та підвищить зацікавленість осіб, які ще не знайомі, або які перестали користуватися даним продуктом чи послугою [5].

Проте, для створення ефективної реклами штучному інтелекту потрібно якнайбільше інформації, яка дозволить створити текст, адаптований до конкретної групи споживачів, підвищуючи залученість і коефіцієнт конверсії, а якщо додати до цього інформацію про галузь і запит на створення вмісту, специфічного для цієї галузі, Чат створить оригінальний і привабливий вміст, який резонуватиме з цільовою аудиторією.

Окрім того, торговим точкам, які реалізують свою продукцію через соціальні мережі, чат GPT напише допис у блозі, якщо йому надати тему та список ключових слів. За потреби, ChatGPT може включити заклики до активності, які заохочують читачів до певних дій, для прикладу підписки на інформаційний канал чи сторінку, купівля товару і т.п. Він зробить вміст більш читабельним і привабливим для користувача, водночас надаючи пошуковим системам необхідні сигнали для вищого рейтингу в результатах пошуку [6]. Нейросітка може за лічені секунди зробити контент веселішим або, навпаки, більш офіційним. Може додати або усунути професійний жаргон, вбудувати в текст потрібні фрази [7]. Це також є корисним для блогерів у таких соціальних мережах як Instagram, Twitter, TikTok тощо.

Робота маркетолога тісно пов'язана з людським фактором, оскільки клієнти є основою будь-якого бізнесу, а маркетологи займаються залученням та збереженням клієнтської бази, комунікацією між цими двома ланками. Чат GPT може покращити обслуговування клієнтів, компанії можуть навчити його відповідати на поширені запитання та спілкуватися в процесі розмови. Замість того, щоб замінити людський фактор, ChatGPT міг би забезпечити цілодобову підтримку клієнтів, що оптимізує бізнес-ресурси та вдосконалить внутрішні



**Рис. 1.** Час, який знадобився соціальним мережам, щоб досягти 1 млн. користувачів

Джерело: [4]

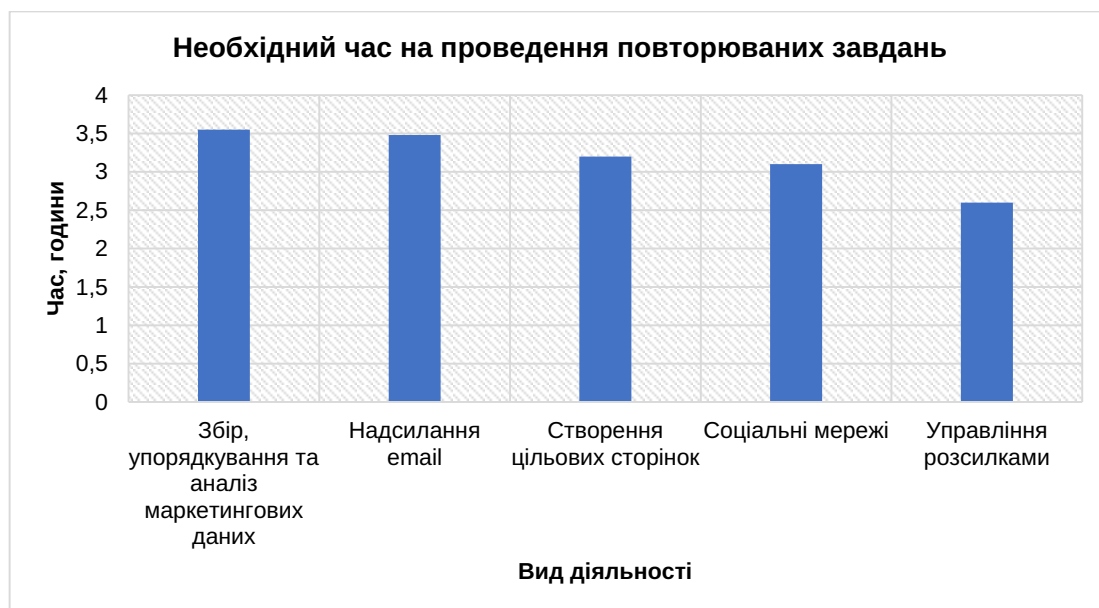
процеси, залишивши важкі та чутливі завдання людям. ChatGPT також може розмовляти найпопулярнішими мовами світу, що ще більше підвищує рівень обслуговування та задоволення клієнтів [5]. Однак, це ще не всі можливості штучного інтелекту, бот може працювати і з рекламою та SEO. Неочевидною, але корисною функцією ChatGPT є допомога у підборі ключових слів для контекстної реклами в пошукових системах або Twitter. Так, Google Ads має власний інструмент для підбору ключових слів, але ШІ допоможе розширити їх список і запропонує варіанти, до яких людині однозначно додуматись складніше. ChatGPT здатний підібрати метаопис і заголовки для SEO-оптимізації, знайти слова, розсортувати їх за типом запитів, розподілити за кластерами, створити таблицю та провести аналіз тональності. Штучний інтелект може проводити аналіз ринку та скласти, наприклад, список ключових конкурентів чи т.п. Неймережа може сформувати список журналістів, які пишуть на певну тему, або перелік інвесторів, які вкладають гроші у той чи інший сектор бізнесу.

Згідно з дослідженням HubSpot, середньостатистичний маркетолог витрачає близько 16 годин на тиждень на рутинні завдання. Якщо аналізувати 45-годинний робочий тиждень, то працівник витрачає майже третину свого часу на виконання повторюваних завдань (рис. 2). Виявлено, що створення та надсилання електронних листів займає в маркетологів у середньому 3,48 години на тиждень, а збір, упорядкування та аналіз маркетингових

даних із різних джерел в середньому 3,55 години на тиждень [8].

Незважаючи на багатообіцяючий потенціал штучного інтелекту, він розділив людство на два табори: одні впевнені в його користі, але інші попереджають про його здатність знищити людство [9]. Ті, хто впевнений у його користі також наголошують на тому, що штучний інтелект не забиратиме роботу у людей, а навпаки пропонує нові вакансії. У матеріалах Всесвітнього економічного форуму йдеться, що штучний інтелект це те, що допоможе створювати нові вакансії. За новим принципом кожного фахівця сприйматимуть не як гвинтик складної системи, а як особистість, у якій цінним є все: навички, хобі, інтереси. Прогнозують, що в майбутньому ми забудемо про оголошення вакансій, пошук роботи, центри зайнятості. Існуватиме єдина база даних на основі унікального портфоліо навичок кожного фахівця. Люди отримуватимуть персоналізовані пропозиції під конкретні проекти на основі їхніх інтересів і навичок [10].

Згідно з прогнозами McKinsey Global Institute, 8–9% професій, затребуваних на ринку праці 2030 року, – це професії, яких раніше не існувало, а саме: спеціаліст із видалення цифрових даних (digital removalist), дата-детектив (data detective), менеджер дронів (drone manager), керівник автоматизації (chief automation officer), фахівець із відновлення дикої природи (rewilder), координатор співпраці людини й машини (human-machine teaming manager), юрист з інтернет-права (Internet



**Рис. 2. Необхідний час на проведення рутинних завдань маркетолога**

Джерело: [8]

lawyer), консультант з цифрових валют (digital currency advisor), менеджер із проектування розумних домівок (smart home design manager) та треш-інженер, або дизайнер сміття (trash engineer / garbage designer) [11].

Така популярність ChatGPT пояснюється багатьма факторами, а саме:

- швидкий час відповіді (швидкі та точні відповіді на запити клієнтів, що звільняє час для агентів служби підтримки клієнтів, щоб зосередитись на більш складних або унікальних завданнях);
- генерація вмісту (можливість створювати цікавий і релевантний вміст на основі конкретних даних і інтересів користувачів, збільшуючи ймовірність залучення та залучаючи трафік на веб-сайт компанії або канали соціальних мереж);
- дослідження та підбір вмісту (можливість досліджувати та підбирати вміст із різних джерел, допомагаючи компаніям створити послідовну та цінну стратегію маркетингу вмісту);
- залучення клієнтів (здатність допомагати спілкуватися з клієнтами в соціальних мережах або надавати підказки для розмов у блозі або на форумі веб-сайту, покращуючи присутність компанії в Інтернеті та залучення клієнтів).

Проте застосування ChatGPT у маркетингу має свої підводні камені:

1. Немає досвіду: Chat GPT – це навчальна нейронна мережа, а не експерт у якійсь конкретній галузі.
2. Відсутність самосвідомості: Chat GPT не усвідомлює себе та не здатний розмірковувати про власне мислення чи поведінку [12].
3. ChatGPT може бути не в змозі обробляти складні або унікальні запити вмісту.

4. ChatGPT може бути не в змозі повністю відтворити креативність і емоційний інтелект творця контенту-людини, що може бути недоліком для деяких компаній.

5. Дані обмежені 2021 роком.

6. ChatGPT покладається на штучний інтелект і технологію обробки природної мови, що іноді може призводити до того, що вміст не є привабливим або релевантним для цільової аудиторії.

Це доводить, що людина повинна стояти у центрі будь-якого процесу: для маркетологів важливо ретельно переглядати та редагувати вміст, створений ChatGPT, щоб переконатися, що він узгоджується з їхнім брендом і повідомленнями [6].

Основна перевага використання ChatGPT – економія часу: більше не потрібно буде нескінченно гуглити та вивчати сотні сторінок у пошуках потрібної інформації, а на те, щоб підготувати короткий огляд по вибраній темі, у машини піде не більше 10 секунд. Головне грамотно поставити запит та відредагувати результат на виході.

Отже, ChatGPT має незаперечний потенціал у сфері маркетингу, Бот може створювати контент, генерувати ідеї та взяти на себе виконання рутинної роботи. І люди встигли це оцінити. За результатами опитування в США, 37% працівників у сфері маркетингу та реклами заявили, що вже використовують ChatGPT та інші інструменти на основі ШІ у своїй роботі.

Однак у нинішньому вигляді ChatGPT, ймовірно, ще не здатний замінити людей, іноді дає правдоподібні, але неправильні чи безглузді відповіді [13]. Тому всі його відповіді слід ретельно перевіряти на достовірність, але навіть у такому вигляді нейромережа вже здатна оптимізувати

роботу людей. Майбутнє чат-бота у маркетингу – у прискоренні та автоматизації завдань, але під контролем людини.

Щодо побоювань, що штучний інтелект згодом замінить людину, влучно висловився HR-експерт Джордж Берсін. Він каже, що такі сучасні системи не заберуть нашої роботи і не замінять нас, навпаки, вони дозволяють нам бути більше людьми.

Якщо ми не використовуємо ці інструменти, ми виконуємо функцію машин – виконуємо роботу за них, а віддаючи рутинні завдання штучному інтелекту, людина звільняє час на вирішення творчих, нестандартних завдань. І що раніше ми зможемо підлаштуватися, адаптуватися, то швидше зрозуміємо, що нейромережі нам – не конкурент, а помічник [7].

#### **Висновки з проведеного дослідження.**

Розвиток штучного інтелекту зумовлює зміни на ринку праці, під ударом професії, які відповідальні за рутинні та монотонні обов'язки, а також небезпечна праця людини. Однак, поява нових професій дає можливість стверджувати, що штучний інтелект не забиратиме роботу у людей, а навпаки пропонуватиме заміну їх на прогресивніші напрями.

Штучний інтелект набуває небаченої досі популярності, завдяки своїй швидкості, безперервності, ефективності та надійності. Неабияку користь Бот може принести саме у контент-маркетинг: удосконалення тексту, створення цікавого та відповідного контенту для привернення уваги та залучення нової аудиторії, адаптованість його до цільової аудиторії, комунікація з клієнтами через цілодобову підтримку, автоматизація рутинних завдань. Список переваг, якими ChatGPT може удосконалити сучасний маркетинг, можна продовжити. Саме через це, є поширеною занепокоєння, що професії маркетологів та копірайтерів стануть більше не актуальними на ринку праці. На нашу думку, ChatGPT створений для того, щоб допомогти людині, виконуючи просту та рутинну роботу, у той час, як сама людина зможе присвятити себе чомусь більш важливому та творчому. Контроль збоку людини за нейромережею доводить важливість людського фактора, адже текст, який створив Чат, може не відповідати повідомленню чи інтересам, які компанія хоче донести до споживачів, його дані обмежуються 2021 роком та він немає самосвідомості. Зрештою, ChatGPT не є експертом у певній сфері, він може лише рекомендувати, а останнє рішення завжди за нами – людьми. Разом з тим такий аспект маркетингу, як креативність, не може замінити штучний інтелект, хоча в маркетингу є багато процесів пов'язаних з дизайн-мисленням, а межа, яка розділяє дизайн-процеси та маркетинг є доволі умовна. Вчені і практики прогнозують, що дуже багато професій

у найближчому майбутньому буде автоматизовано, і єдине, що поки що не навчився автоматизувати штучний інтелект, – це людська креативність. Вважаємо, що штучний інтелект зробить життя людей цікавішим і багатшим, адже забере з неї рутинність та монотонність, та навіть більше, дасть можливість створенню нових професій.

#### **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Genius Space. Найпопулярніші навички маркетолога у 2023 році. 2023. URL: <https://genius.space/lab/najpopulyarnishi-navichki-marketologa-u-2023-rotsi>.
2. Sosvat. ua. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Висновки 2022. Прогноз на 2023. 2022. URL: <https://sostav.ua/publication/ots-nka-obsyagu-rinku-marketingovikh-serv-s-v-visnovki-2022-prognoz-na-2023-93339.html>.
3. Alex Methvin.(2023). ChatGPT in Marketing: In-Depth Guide with Tools, Strategies & Examples. No good. URL: <https://nogood.io/2023/01/24/chat-gpt-in-marketing>.
4. Patryk Miszczak. (2023). Chat GPT Statistics: Revenue, Popularity, Implications & Potential. Business solution. URL: <https://businessolution.org/chat-gpt-statistics>.
5. Teemu Raitaluoto. (2023). How businesses can use ChatGPT for content marketing. Market Tailor. URL: <https://www.markettailor.io/blog/how-businesses-can-use-chatgpt-for-content-marketing>.
6. Croudx. (2023). Why Chat GPT a valuable tool is for content marketing. URK: <https://croudx.com/en/why-chat-gpt-a-valuable-tool-is-for-content-marketing>.
7. Микола Ладуба. Придумає за вас слогани, складе список конкурентів і... допоможе залишатися людьми. Чи відбере ChatGPT роботу в маркетологів. MC Today. 2023. URL: <https://mc.today/uk/pridumaye-za-vas-slogani-sklade-spisok-konkurentiv-i-dopomozhe-zalishatsiya-lyudmi-chi-vidbere-chatgpt-robotu-v-marketologiv>.
8. Sam Balter. (2021). How Much Time Do Marketers Spend on Routine Tasks? [New Data]. HubSpot. URL: [https://blog.hubspot.com/marketing/marketers-routine-tasks-data?utm\\_campaign=blog-rss-emails&utm\\_source=hs\\_email&utm\\_medium=email&utm\\_content=24874134](https://blog.hubspot.com/marketing/marketers-routine-tasks-data?utm_campaign=blog-rss-emails&utm_source=hs_email&utm_medium=email&utm_content=24874134).
9. Тетяна Савчук. 10 прикладів, як штучний інтелект може змінити ваш спосіб життя. Радіо Свобода. 2018. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29015231.html>.
10. Аліна Мірошнікова. Штучний інтелект шукатиме людям роботу. Освіторія. 2023. URL: <https://osvitoria.media/experience/shtuchnyj-intelekt-shukatyme-lyudyam-robotu>.
11. Освіта Нова. 15 професій майбутнього та якими їх бачить штучний інтелект. 2023. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/5838-15-profesii-maibutnoho-ta-iakymy-ikh-bachyt-shtuchnyi-intelekt>.
12. Go Poland. Штучний інтелект Chat GPT пояснює, як працює. 2023. URL: <https://www.gopoland.net.ua/2023/02/19/shtuchnyi-intelekt-chat-gpt-poiasnuiet-iaak-pratsiuie>.

13. Sananta Delouya. (2022). I asked ChatGPT to do my work and write an Insider article for me. It quickly generated an alarmingly convincing article filled with misinformation. URL: <https://www.businessinsider.com/i-asked-chatgpt-to-write-insider-story-it-was-convincing-2022-12>.

#### REFERENCES:

1. Genius Space. (2023). Naipopuliarnishi navychky marketoloha u 2023 rotsi [The most popular skills of a marketer in 2023]. Available at: <https://genius.space/lab/najpopulyarnishi-navichki-marketologa-u-2023-rotsi/> [in Ukrainian].

2. Sosvat. ua. (2022). Otsinka obsiahu rynku marketynhovykh servisiv. Vysnovky 2022. Prohnoz na 2023 [Estimation of the market volume of marketing services. Conclusions 2022. Prediction for 2023]. Available at: <https://sostav.ua/publication/ots-nka-obsyagurinku-marketingovikh-serv-s-v-visnovki-2022-prognoz-na-2023-93339.html> [in Ukrainian].

3. Alex Methvin. (2023). ChatGPT in Marketing: In-Depth Guide with Tools, Strategies & Examples. No good. Available at: <https://nogood.io/2023/01/24/chatgpt-in-marketing>.

4. Patryk Miszczak. (2023). Chat GPT Statistics: Revenue, Popularity, Implications & Potential. Business solution. Available at: <https://businessolution.org/chatgpt-statistics>.

5. Teemu Ritaluoto.(2023). How businesses can use ChatGPT for content marketing. Market Tailor. Available at: <https://www.markettailor.io/blog/how-businesses-can-use-chatgpt-for-content-marketing>.

6. Croudx. (2023). Why Chat GPT a valuable tool is for content marketing. Available at: <https://croudx.com/en/why-chat-gpt-a-valuable-tool-is-for-content-marketing>.

7. Mykola Laduba. (2023). Prydumaie za vas slohany, sklade spysok konkurentiv i... dopomozhe zalyshatysia liudmy. Chy vidbere ChatGPT robotu v mar-

ketolohiv [It will come up with slogans for you, make a list of competitors and... help you to stay human. Will ChatGPT take jobs away from marketers]. MC Today. Available at: <https://mc.today/uk/pridumaye-za-vas-slogani-sklade-spisok-konkurentiv-i-dopomozhe-zalishatysia-lyudmi-chi-vidbere-chatgpt-robotu-v-marketologiv/> [in Ukrainian].

8. Sam Balter. (2021). How Much Time Do Marketers Spend on Routine Tasks? [New Data]. HubSpot. Available at: [https://blog.hubspot.com/marketing/marketers-routine-tasks-data?utm\\_campaign=blog-rss-emails&utm\\_source=hs\\_email&utm\\_medium=email&utm\\_content=24874134](https://blog.hubspot.com/marketing/marketers-routine-tasks-data?utm_campaign=blog-rss-emails&utm_source=hs_email&utm_medium=email&utm_content=24874134).

9. Tetiana Savchuk. (2018). 10 prykladiv, yak shtuchnyi intelekt mozhe zminyty vash sposib zhyttia [10 examples of how artificial intelligence can change your lifestyle]. Radio Svoboda. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/29015231.html> [in Ukrainian].

10. Alina Miroshnikova. (2023). Shtuchnyi intelekt shukatyme liudiam robotu [Artificial intelligence will look for jobs for people]. Osvitoria. Available at: <https://osvitoria.media/experience/shtuchnyj-intelekt-shukatyme-lyudyam-robotu/> [in Ukrainian].

11. Osvita Nova. (2023). 15 profesii maibutnoho ta yakymy yikh bachyt shtuchnyi intelekt [15 future professions and how artificial intelligence sees them]. Available at: <https://osvitanova.com.ua/posts/5838-15-profesii-maibutnoho-ta-iakymy-ikh-bachyt-shtuchnyi-intelekt> [in Ukrainian].

12. Go Poland. (2023). Shtuchnyi intelekt Chat GPT poiasniuie, yak pratsiuie [Artificial intelligence ChatGPT explains how it works]. Available at: <https://www.gopoland.net.ua/2023/02/19/shtuchnyi-intelekt-chat-gpt-poiasniuie-iak-pratsiuie> [in Ukrainian].

13. Sananta Delouya. (2022). I asked ChatGPT to do my work and write an Insider article for me. It quickly generated an alarmingly convincing article filled with misinformation. Available at: <https://www.businessinsider.com/i-asked-chatgpt-to-write-insider-story-it-was-convincing-2022-12>.