

Наталія ОЛІЙНИК

здобувачка освітнього ступеня магістр

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент

ГАЙДУЧОК Т. С.

Поліський національний університет

м. Житомир, Україна

ЙМОВІРНІСТЬ ЗАГРОЗИ ВИТІСНЕННЯ ЛЮДСЬКОГО РОЗУМУ В БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩІ НА КОРИСТЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПОЄДНАННІ З ПРЕДИКТИВНОЮ АНАЛІТИКОЮ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТЕХНІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

Вступ. Ймовірність витіснення людського розуму в бізнес-середовищі на користь штучного інтелекту в поєднанні з предиктивною аналітикою є актуальною темою сьогодення, враховуючи стрімкий розвиток інноваційних технологій та їх безпосередній вплив на бізнес-процеси. Автоматизація бізнес-задач не лише видозмінює історичний базис ведення бізнесу, але й ставить під загрозу традиційну роль людського розуму в процесах прийняття управлінських рішень та під час стратегічного планування.

Можливості штучного інтелекту в поєднанні з предиктивною аналітикою характеризуються швидкістю та ефективністю під час обробки та аналізу великих обсягів даних, точністю прогнозів та персоналізацією пропозицій, що значно пришвидшує процес прийняття управлінських рішень бізнесом. Ці можливості ставлять під сумнів необхідність присутності людського фактора в багатьох сферах діяльності, оскільки обробка та аналіз інформації людським розумом займає більше часу та вимагає значно більших зусиль у порівнянні зі штучним інтелектом.

Метою наукового дослідження є аналіз впливу технічної революції, зокрема штучного інтелекту в поєднанні з предиктивною аналітикою, на модифікацію бізнес-процесів і ролі людського розуму в процесі прийняття рішень та стратегічного планування.

Результати дослідження. В сучасному світі, штучний інтелект має перспективи не лише видозмінити деякі професії, але й повністю замінити їх. Розглянемо приклад. Всесвітньо відома компанія «Coca-Cola» у листопаді 2024 року представила оновлену версію своєї культової новорічної реклами під назвою «Holidays Are Coming», яка транслюється на екранах з 1995 року [1]. Бренд зазначив, що це перший випадок, коли вони створили ролик із 100% застосуванням штучного інтелекту.

Цей крок є прикладом того, як можливості штучного інтелекту можуть замінювати творчу індустрію, автоматизуючи процеси, які раніше виконували люди. Такий підхід стосується сфери розробки анімації та дизайну, адже замість того, щоб традиційно залучати команду художників, аніматорів та дизайнерів для розробки візуальних ефектів, «Coca-Cola» скористалася можливостями штучного інтелекту для створення мультиплікації, обробки

**ХІІІ Всеукраїнська науково-практична дистанційна конференція
«Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія»
6 грудня 2024 року, м. Тернопіль**

зображень і генерації контенту, який раніше потребував би праці фахівців у даній галузі. Як і будь-яка інновація, даний підхід має як переваги, так і недоліки.

Проаналізуємо отримані переваги для бренду «Coca-Cola» внаслідок застосування штучного інтелекту:

1. Економія часу та ресурсів: використання штучного інтелекту дозволяє оптимізувати час та кошти, необхідні для створення рекламних матеріалів, особливо в секторі анімації та створення графіки. Штучний інтелект може швидко згенерувати ідеї, відредагувати відео або створити необхідні візуальні ефекти без потреби у залученні великих людських команд. Даний підхід значно економить ресурси компанії, адже «Coca-Cola» змогла зменшити витрати на виробництво рекламного ролика завдяки використанню автоматизованих процесів.

2. Креативність та інновації: штучний інтелект дозволяє створювати унікальні та інноваційні елементи в рекламі, зберігаючи традицію в поєднанні з сучасним поглядом. Даний підхід дає можливість бренду експериментувати з новими концепціями реклами, що в свою чергу додатково привертає увагу до бренду.

3. Масштабованість та адаптованість до зовнішніх умов: штучний інтелект допомагає швидко згенерувати матеріали до різноманітних бізнес-платформ, враховуючи потребу адаптації реклами до сезонності, сучасних вимог зовнішнього середовища в реальному часі, при цьому не втрачаючи якості згенерованого матеріалу та його історичні мотиви.

Хоча застосування штучного інтелекту приносить численні переваги бренду «Coca-Cola», не слід також ігнорувати можливі недоліки, що можуть виникнути в результаті цього процесу. Розглянемо основні проблеми та виклики, з якими може стикнутися компанія:

1. Втрата людського фактору та автентичності: незважаючи на всі переваги технологій, багато глядачів залишили відгуки, що культова новорічна реклама стала бездушною та втратила своє призначення транслювати теплоту і важливість сімейних традицій. Як наслідок, рекламний ролик на Youtube отримав втричі більше дизлайків, ніж вподобань.

2. Залежність від технологій: повна інтеграція інновацій в рекламні кампанії бізнесу несе безпосередню загрозу залежності від штучного інтелекту, що є перешкодою для діяльності у випадку їх технічних збоїв або неефективного результату, адже в даному випадку повністю обмежено наявність креативного підходу.

Враховуючи вище перелічені переваги та недоліки можна зробити висновки, що використання штучного інтелекту в напрямі маркетингу відкриває нові можливості для бізнесу, але все одно вимагає балансу між інноваціями та традиційними підходами, щоб зберегти свою унікальність та автентичність.

Актуальними залишаються роздуми щодо ймовірності загрози витіснення людського розуму в секторі фінансового та управлінського обліку на користь штучного інтелекту в поєднанні з предиктивною аналітикою. На нашу думку, неможливість витіснення людського розуму на користь штучного інтелекту можна аргументувати наступити аспектами:

**ХІІІ Всеукраїнська науково-практична дистанційна конференція
«Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія»
6 грудня 2024 року, м. Тернопіль**

1. Штучний інтелект в поєднанні з предиктивною аналітикою – помічник, а не конкурент: штучний інтелект та предиктивна аналітика здатні здійснювати складний аналіз великих обсягів даних, виявляти закономірності та робити прогнози, однак дане поєднання є інструментом для прийняття рішення, а не заміником людського фактору в процесі діяльності. Важливо пам'ятати, що людський розум має унікальну здатність приймати рішення в умовах невизначеності та схильний до критичного мислення й емоційного інтелекту, на відміну від машинного інтелекту. Отже, штучний інтелект може значно підвищити ефективність бізнес-процесів, але без наявності людського фактору, даний процес буде неможливий для правильного застосування отриманих результатів.

2. Синергія штучного інтелекту та людського розуму: інноваційні технології покликані не витіснити людину, а доповнювати її. У бізнесі дана синергія здатна забезпечити значно вищу продуктивність, де штучний інтелект в поєднанні з предиктивною аналітикою аналізує великі обсяги даних за рахунок автоматизації рутинних задач, а людина на основі отриманих результатів, робить стратегічні висновки та ухвалює рішення.

3. Прогнозування та інтуїція: як відомо, взаємодія штучного інтелекту та предиктивної аналітики базується виключно на довгострокових історичних даних, однак їх симбіоз не може врахувати всі можливі фактори та ризики в умовах нестабільного економічного середовища. Людський розум здатний приймати рішення керуючись власною інтуїцією та досвідом у адаптації до нових викликів, що завжди залишається важливим для досягнення успіху в змінних зовнішніх умовах.

4. Низький відсоток довіри до технологій: штучний інтелект в поєднанні з предиктивною аналітикою для аналізу бізнес-інформації вимагає великий обсяг персоналізованих даних, що може викликати сумніви у користувачів інтелектуальних технологій через високу загрозу викрадення, зловживання та витоку внутрішньої інформації. Отже, впровадження інноваційних технологій додатково вимагає затрати для надійного захисту від кібератак.

Висновки. Штучний інтелект в поєднанні з предиктивною аналітикою, незважаючи на свої можливості та перспективи, нездатний витіснити людський фактор у фінансовому та управлінському секторах. Дійсно, технології здатні покращити ефективність функціонування, оптимізувати бізнес-процеси та надати змістовні аналітичні результати, однак вони завжди потребують супроводження людським розумом для подальшого результативного застосування отриманих результатів.

Отже, в умовах технічної революції важливо зберігати баланс між використанням новітніх технологій і збереженням важливості людського функціонування. На нашу думку, витіснення людського розуму в бізнес-середовищі на користь штучного інтелекту є малоімовірним, а роль людини завжди займатиме ключову роль в епісі стрімкого розвитку інноваційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Бахарєва Я. В. Розвиток предикативної аналітики як пріоритетного напрямку бізнес-

**ХІІІ Всеукраїнська науково-практична дистанційна конференція
«Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія»
6 грудня 2024 року, м. Тернопіль**

- аналітики. *Ефективна економіка*. 2018. № 5.
URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6352> (дата звернення: 05.12.2024).
2. Офіційний сайт бренду «Coca-Cola». URL: <https://www.coca-cola.com/ua/uk> (дата звернення 05.12. 2024).
3. Талімончук Т. ІІІ та предиктивна економіка. URL: <https://claspo.io/ua/blog/ai-and-predictive-analytics/> (дата звернення 05.12. 2024).

Віктор ПАНАС

здобувач кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ МЕДИЧНИХ ГАРАНТІЙ

Програма медичних гарантій відіграє ключову роль у реформуванні системи охорони здоров'я України, спрямовану на забезпечення доступності, прозорості та ефективності медичних послуг. Її значення полягає у створенні державних гарантій для громадян щодо отримання безкоштовної медичної допомоги в межах визначеного переліку послуг. Перш за все, вона забезпечує доступ до базових медичних послуг для населення, знижуючи фінансові бар'єри та концентруючи ресурси на пріоритетних напрямках охорони здоров'я. Це дозволяє зменшити фінансове навантаження на пацієнтів, особливо під час лікування складних або хронічних захворювань, які часто потребують значних витрат. Програма також сприяє справедливому розподілу державних коштів, забезпечуючи їх цільове використання для покриття найважливіших потреб населення. Визначений перелік послуг робить систему прозорішою, допомагаючи пацієнтам чітко розуміти свої права та обсяги безкоштовної допомоги. Це підвищує довіру до медичних закладів і системи охорони здоров'я загалом [1]. Ефективне використання ресурсів є ще одним важливим аспектом програми. Вона зосереджується на фінансуванні медичних послуг, що мають наукове обґрунтування і демонструють високу результативність. Це дозволяє підвищувати якість послуг та забезпечувати максимальний вплив на здоров'я населення.

Загалом, Програма медичних гарантій сприяє покращенню здоров'я населення через своєчасну діагностику, профілактику і лікування. Вона забезпечує соціальну справедливість, оптимізує використання ресурсів і створює основу для довгострокового розвитку системи охорони здоров'я в Україні [3]. Метою впровадження програми медичних гарантій в Україні є покращення здоров'я населення, зменшення фінансового навантаження, справедливий розподіл державних коштів, підвищення прозорості системи охорони здоров'я та ефективне використання ресурсів. Основні завдання програми відображено на рисунку 1.