

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.291> JEL classification: C51, L86
UDC: 005.33

Ігор ПРИТУЛА

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

ORCID ID: 0009-0006-9261-4553

Research ID: KCX-9069-2024

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РИНОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

АНОТАЦІЯ

Стаття висвітлює ключові фактори, параметри та величини, що сприяють задоволенню послугами, наданими за допомогою штучного інтелекту. Стаття надає дослідникам та бізнес-практикам матеріали для проведення бізнес-експериментів зі штучним інтелектом та вибору корисних конструкцій, які може надати штучний інтелект. У цьому дослідженні було встановлено зв'язок між використанням штучного інтелекту та задоволеністю споживачів послугами, наданими штучним інтелектом. Сучасні технології, включаючи штучний інтелект, трансформували індустрію консалтингових послуг. Штучний інтелект значно змінює спосіб роботи консалтингових компаній, покращуючи надання послуг, підвищуючи точність та знижуючи операційні витрати. Майбутні дослідження повинні включати інші змінні, такі як ціна, розмір та сектор індустрії послуг, тип послуги та фактори модерації. У статті висвітлено всеохоплюючий аналіз ролі штучного інтелекту у покращенні якості послуг, прийнятті рішень та залученні клієнтів у консалтинговій індустрії. Основна проблема, яку вирішує дослідження, полягає у визначенні потенційних переваг та недоліків інтеграції ШІ у консалтингові послуги. Це включає аналіз підвищення ефективності, точності та економічності консалтингових процесів, а також розгляд можливих негативних наслідків, таких як зменшення кількості робочих місць і етичні проблеми. У статті також аналізуються випадки використання та емпіричні докази, які демонструють впровадження ШІ у різних секторах консалтингових послуг, зокрема у сфері управління ІТ та фінансів. В статті висвітлено потенційні переваги та недоліки використання штучного інтелекту. Водночас розглядаються можливі негативні наслідки, такі як зменшення кількості робочих місць та етичні проблеми.

Ключові слова: штучний інтелект; консалтинг; оптимізація; зміни; ефективність; цифрова трансформація.

Вступ

Штучний інтелект (ШІ) динамічно трансформує практично всі галузі і сектори суспільного життя, у т. ч. й консалтинговий сектор. ШІ вже істотно змінює спосіб роботи консалтингових компаній, покращуючи надання послуг, підвищуючи їх точність і швидкість, і знижуючи операційні витрати. У статті підкреслюється значний зв'язок між використанням ШІ та задоволеністю

споживачів послугами, які надаються за допомогою ШІ, що робить її дослідження важливим для розуміння сучасних тенденцій і перспектив у консалтинговій індустрії.

У зв'язку з нагальністю й актуальністю штучного інтелекту ця проблема є предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців і практиків. Зокрема, Д. Швайдель розглядає, як ШІ може допомогти маркетологам та рекламодавцям розуміти та використовувати поведінку споживачів у B2B

© Ігор Притула, 2024

Отримано: 07.05.2024 р.

Рекомендовано до друку: 12.05.2024 р.

Опубліковано: 29.05.2024 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати: Притула І. Вплив штучного інтелекту на ринок консалтингових послуг. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 2. С. 291-300. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.291>

маркетингу. Автор у своїх дослідженнях стверджує [1], що ШІ може дозволити компаніям обробляти великі обсяги даних та отримувати інсайти. Автор також відзначає, що ШІ може уможливити персоналізацію маркетингових комунікацій компаній та покращити клієнтський досвід. У даній статті надається детальний аналіз потенційного впливу ШІ на маркетингові дослідження та практику.

Д. Бокс також надав детальний огляд ролі ШІ у маркетингу. Автор стверджує [2], що ШІ може допомогти компаніям збільшити залученість клієнтів і покращити ефективність маркетингових кампаній. Він також відзначає, що ШІ може дозволити компаніям отримувати інформацію про поведінку та нахили клієнтів, що може допомогти в розробці продуктів та стратегії ціноутворення. У даній статті висвітлюються труднощі, пов'язані з впровадженням ШІ у сфері маркетингу.

Дослідження А. Борхеса [3] присвячені впливу ШІ на дослідження та практику продажів. Автор стверджує, що ШІ сприяє підвищенню продуктивності продажів, збільшуючи точність прогнозів продажів і сприяючи персоналізованим взаємодіям із клієнтами. Він доводить вплив ШІ на оптимізацію стратегії ціноутворення та утримання клієнтів. У цій статті надається детальний огляд потенційного впливу ШІ на дослідження та практику продажів.

Ю. Двіведі і Л. Хьюз надали всебічний огляд ШІ та його вплив на маркетингові дослідження та практику, зокрема на отримання даних про купівельні звички та переваги, які можуть бути використані для маркетингових технік [4]. Вони також відзначають, що ШІ може дозволити компаніям автоматизувати маркетингові процеси та покращити ефективність маркетингових кампаній. Стаття присвячена детальному огляду потенційних застосувань ШІ у маркетингових дослідженнях та практиці.

Дослідник Р. Разер розглянув вплив ШІ на маркетологів та рекламодавців у контексті пандемії COVID-19 [5]. Автор стверджує, що ШІ сприяє адаптацію компаній до змінних ринкових умов та поведінки споживачів. Його дослідження переконливо доводить, що ШІ підвищує ефективність маркетингових та рекламних кампаній у контексті віддаленої

роботи та соціального дистанціювання. У статті надається детальний огляд потенційного впливу ШІ на маркетологів та рекламодавців у постпандемічному світі.

Відаючи належне результатам існуючих досліджень, слід констатувати, що в українській науковій літературі існує відносно мало досліджень, присвячених впливу цифровізації та автоматизації на ринок консалтингових послуг. Особливо недослідженою залишається тема впливу штучного інтелекту на ринок консалтингових послуг. Потреба в ґрунтовному дослідженні цих питань зумовлює актуальність статті. Стаття вирішує кілька ключових проблем, показуючи, як інтеграція ШІ може значно.

Мета статті

Метою статті є розкриття ролі штучного інтелекту в покращенні якості консалтингових послуг, прийнятті рішень та залученні клієнтів у консалтинговій індустрії, а також підвищенню ефективності, точності, економічності та етичності консалтингових процесів.

Для досягнення поставлених цілей у роботі використовуються методи: аналізу та синтезу – для проведення аналізу статистичних даних, звітів консалтингових фірм, дослідження інтерв'ю з експертами галузі тощо для збору та узагальнення інформації про стан ринку, його обсяг, структуру, динаміку та ключових гравців; порівняння – для виявлення розбіжностей у розвитку вітчизняного ринку консалтингових послуг та аналогічних ринках у розвинутих країнах; прогнозування – формування прогнозу подальшого розвитку ринку консалтингових послуг в повоєнний період.

Результати дослідження

Штучний інтелект – це технологія, що імітує "людське" мислення у сфері інформаційних технологій. Його завдання включають розв'язання проблем, експериментальне навчання, розуміння мови, розпізнавання образів і прийняття рішень. Система використовує алгоритми та великі масиви даних для обробки інформації, прогнозування та виконання дій на основі цих даних. Технології штучного інтелекту знаходять широке застосування практично в усіх галузях економіки і в соціальній сфері.

Загальновідомо, що початково, шлях штучного інтелекту почався з дослідження А. Тьюрінга «Обчислювальні машини та інтелект», яку він опублікував у 1950 р. у філософському журналі Mind. Вчений запропонував т. з. «тест Тьюрінга», метою якого було визначення здатності машини мислити. Втім, системи ШІ пройшли довгий шлях модернізації з появи тесту понад 70 років тому.

Ще й сьогодні багато людей вважають, що єдина мета ШІ – замінити працю людей, для зниження витрат. Однак, як показує практика, цілі впровадження ШІ виходять далеко за межі лише зниження витрат. То ж які можливості може надати компанії штучний інтелект на даному етапі технологічного розвитку? Розглянемо деякі з них.

Прогностичні можливості. ШІ здатен створювати комплексні макроекономічні прогнози для економіки, включаючи показники ВВП, динаміку інфляції, індекси споживчих настроїв, купівельний потенціал промисловості, динаміку капітальних інвестицій, попит на товари та послуги. Наприклад, якщо Національний банк України вирішить впровадити систему штучного інтелекту, то зможе, використовуючи дані банківського сектору та Державної служби статистики України, формулювати точні математичні прогнози. Водночас, потрібно мати на увазі, що ШІ не повинен бути єдиною основою для прийняття рішень.

Автоматизація рутинних завдань. Протягом багатьох років організації використовували ШІ для автоматизації рутинних завдань, таких як введення даних. Також тепер штучний інтелект застосовується для більш складних завдань, як-от узагальнення звітів і написання повідомлень. Роботи значно ефективніші за людей у виконанні рутинних адміністративних завдань. Автоматизація процесів за допомогою роботів або пристроїв RPA може допомогти бізнесу з різноманітними адміністративними обов'язками, такими як створення та відправка рахунків, підтвердження платежів відповідно до рахунків, ведення записів та багато іншого. Деякі висококласні пристрої ШІ можуть приймати раціональніші та послідовніші бізнес-рішення, пропонувати ідеї для рішень або забезпечувати правильне заповнення

нормативних документів, щоб уникнути штрафів за недотримання вимог.

Підвищення продуктивності в разі неможливості автоматизації певних процесів. Консультанти можуть використовувати фінансове програмне забезпечення для автоматизації повторюваних завдань або користуватися віртуальним професіоналом, таким як Zoom.ai, для планування зустрічей і запису розмов. Виключення цих обов'язків дозволяє молодшим членам персоналу зосередитися на більш значущій роботі, що підвищує рівень залучення та продуктивності у всій консалтинговій фірмі.

Крім того, ШІ може допомогти працівникам підвищити продуктивність, надаючи поради та вказівки на різних етапах роботи. Його можна спочатку інтегрувати в різні процеси, що вимагають людської праці, а потім повністю або частково він може виконувати ці завдання швидше та точніше. Інтеграція ШІ забезпечує економічне зростання, автоматизацію процесів, прийняття рішень на основі даних та інновації, що сприяє підвищенню продуктивності та збільшенню ВВП. Україна має потенціал стати цінним партнером у глобальній екосистемі ШІ, співпрацюючи з міжнародними організаціями та компаніями.

Оптимізація бізнес-процесів у різних галузях економіки. ШІ також використовується для оптимізації бізнес-процесів у різних галузях. Бізнес-додатки на основі ШІ можуть використовувати алгоритми та моделювання для перетворення даних на практичні інсайти, які допомагають оптимізувати функції – від розкладів працівників до ціноутворення на продукцію. Системи ШІ можуть виявляти «вузькі» місця та пропонувати оптимізовані варіанти їх усунення.

Підвищення ефективності праці в організаціях. Порівняно зі звичайною людиною, технологія ШІ набагато швидше може збирати, обробляти та аналізувати величезну кількість даних. Як наслідок, вона пропонує фірмам точні результати в різних сферах, таких як продажі, операції, ланцюг постачання та інше. Крім того, ШІ значно швидше та ефективніше обробляє дані та усуває людську неефективність за допомогою цифрових асистентів та кількісних

консультантів, які надають кращі, глибші та швидші висновки. ШІ допомагає бізнесу також ефективно керувати власними людськими ресурсами, забезпечуючи при цьому ефективний маркетинг своїх товарів та послуг.

У 2023 р. понад 800 компаній у 45 країнах світу активно впроваджували штучний інтелект для підвищення ефективності роботи. Майже третина з них скоротила персонал (касирів, продавців, операторів даних, бухгалтерів). Прогнозується, що в результаті розвитку ШІ близько 26 млн. робочих місць у світі можуть стати вакантними, але водночас виникнуть нові професії, зумовлені технологічною трансформацією. Наразі Україна активно розвиває автоматизацію на основі ШІ у промисловості та інтеграцію ШІ для оптимізації процесів і підвищення ефективності. Спостерігається зростання кількості технологічних стартапів та інноваційних центрів у Києві та Львові, яких приваблюють місцеві та міжнародні таланти.

Завдяки цим та багатьом іншим можливостям сьогодні штучний інтелект стає основним напрямом діяльності багатьох компаній, які розглядають його як окрему технологію для специфічних випадків або вбудовують у корпоративні програмні системи для підтримки основних бізнес-процесів.

Таким чином, сьогодні ШІ сприймають як інструмент для підвищення ефективності, продуктивності, зниження витрат, створення конкурентних переваг і відповідності ринковим очікуванням, що швидко змінюються. То ж не дивно, що на сучасному етапі кількість компаній, що експериментують із ШІ, стрімко зростає. Безпека даних, автоматизація процесів та обслуговування клієнтів є ключовими сферами, де компанії активно впроваджують ШІ. Деякі компанії вже впроваджують нові види послуг, які відповідають вимогам часу та потребам клієнтів завдяки використанню цієї технології.

Розвиток ШІ значно вплинув й на індустрію консалтингових послуг. Сьогодні консалтингові послуги зазнали значних змін під впливом штучного інтелекту. Автоматизація повторюваних операцій, аналіз великих обсягів даних та надання порад і рекомендацій можуть значно покращити якість послуг. Підвищення ефективності, точності та економічності є

потенційними результатами цього процесу. Використання ШІ для обробки даних у реальному часі та застосування прогностичних моделей може також покращити прийняття рішень.

Вплив ШІ на консалтинговий сектор різноманітний. Оскільки надання послуг в сфері консалтингу часто супроводжується накопиченням та обробкою великих масивів даних – іноді можуть виникати помилки у роботі з цими даними через вплив людського фактору. Сьогодні ж, інтерпретація та аналіз даних значно покращені за допомогою взаємодії зі ШІ. Алгоритми ШІ можуть аналізувати досить великі масиви даних та надавати інсайти, які недоступні за допомогою традиційних методів. Завдяки цьому консалтингові компанії можуть надавати клієнтам більш точні рекомендації, що призводить до прийняття більш ефективних рішень.

Разом з тим, ШІ автоматизував багато завдань, які раніше виконувалися вручну консультантами. Це підвищило продуктивність та знизило операційні витрати. Наприклад, чат-боти на базі ШІ можуть надавати підтримку клієнтам цілодобово, що зменшує навантаження на консультантів та скорочує час відповіді. Крім того, системи на базі ШІ можуть аналізувати фінансові дані та виявляти тенденції, дозволяючи консультантам надавати клієнтам кращі фінансові поради.

Також, ШІ дозволив консалтинговим компаніям розширити спектр своїх послуг. Наприклад, деякі консалтингові фірми розробили рішення на базі ШІ для оптимізації ланцюгів поставок, що дозволяє клієнтам оптимізувати операції ланцюга поставок та знижувати витрати. Підтвердженням можуть слугувати такі факти.

Так, за прогнозами Research and Markets, світовий ринок ШІ у консалтингових послугах збільшиться з 141,6 млн. дол. США у 2020 р. до 2,2 млрд. дол. США – до 2025 р., при річному темпі зростання (CAGR) 73,8% протягом прогнозного періоду. Це зростання обумовлене збільшенням використання ШІ у сфері консалтингових послуг для покращення надання послуг та зниження витрат [6].

За даними оприлюдненого звіту Deloitte, наразі 62% компаній використовують ШІ у своїх

консалтингових послугах лише певною мірою. Згідно з опитуванням, основні переваги впровадження ШІ у консалтингових послугах включають покращення якості рекомендацій (59%), підвищення операційної ефективності (55%) та зниження витрат (48%) [7].

Проведені дослідження PwC засвідчують, що використання ШІ у консалтингових послугах може підвищити точність та швидкість аналізу даних до 50%. Це призводить до підвищення оперативності й ефективності прийняття рішень та надання клієнтам більш точних рекомендацій [8].

Дані аналізу Markets and Markets демонструють, що світовий ринок чат-ботів, як очікується, зросте з 2,6 млрд. дол. США у 2019 р. до 9,4 млрд. дол. США до 2024 р., при складному річному темпі зростання 29,7%. Ці цифри демонструють зростаюче значення ШІ у консалтинговому секторі та те, як він трансформує ринок, покращуючи точність, оптимізуючи операції та покращуючи надання послуг [9].

Водночас, варто зауважити, що використання ШІ у консалтингових послугах спричиняє появу певних етичних питань та перспектив.

- *Упередженість та дискримінація.* Системи ШІ можуть зберігати існуючі упередження та дискримінацію, що призводить до несправедливих або неетичних результатів. Дослідження AI «Now Institute» виявило, що системи ШІ, які використовують при наймі персоналу, кримінальному правосудді та в інших галузях, можуть бути пов'язані з упередженістю та дискримінацією [10].
- *Відсутність прозорості.* Системи ШІ важко налаштувати, змінити та взагалі розуміти. Це може викликати питання про їх етичні наслідки. Звіт Світового економічного форуму виявив, що основною етичною проблемою є власне відсутність прозорості у системах ШІ.
- *Проблеми конфіденційності.* Використання ШІ у консалтингових послугах може викликати проблеми конфіденційності, особливо коли це стосується збору та аналізу персональних даних. Опитування «Capgemini» виявило,

що проблеми конфіденційності є головним бар'єром для довіри споживачів до ШІ [11].

- *Втрата робочих місць.* Як уже зазначалося вище, ШІ може автоматизувати завдання та замінити людську працю, що може мати негативні соціальні та етичні наслідки. Дослідження «McKinsey&Company» виявило, що до 2030 року до 800 мільйонів працівників по всьому світу можуть бути переміщені автоматизацією [12].

Згідно з результатами опитувань, у США сектор корпоративного консалтингу оцінюється приблизно в 60 млрд. дол. США. Серед опитованих компаній дійсно спостерігається перехід до систем ШІ. Така тенденція є наслідком як мінімум того, що керівники бізнесу використовують чат-боти або RPA для автоматизації операцій, які повторюються, таких як ведення календарів і здійснення телефонних дзвінків [13].

Згідно з опитуваннями, використання ШІ з 2017 року до 2022 року більш ніж подвоїлося (рис. 1). У 2017 році 20% респондентів заявили, що використовували машинне навчання та штучний інтелект. Наразі це число становить 50%, тоді як у 2019 році воно перевищило рекордні 58%.

Приблизна кількість навичок ШІ, які використовують бізнеси, зростає з 1,9 у 2018 році до 3,8 у 2022 році (рис. 2).

Як ми можемо спостерігати з наступних графіків, підготовлених на основі опитування, проведеного компанією McKinsey і представленого у звіті «Стан ШІ 2022», компанії значною мірою використовують технологію ШІ. ШІ також використовується, в тому числі, в аналізі клієнтів, що є деякими з основних завдань, тому ми можемо сказати, що це дуже сильний доказ позитивного впливу ШІ на надання послуг у консультативному секторі.

Крім того, зі збільшенням використання ШІ збільшився і обсяг інвестицій у нього. Наприклад, 40% опитаних з компаній, які використовували ШІ за останні п'ять років, заявили, що понад 5% загальних цифрових витрат йшло на технологію штучного інтелекту; зараз понад п'ятдесят відсотків респондентів стверджують, що інвестують цей же рівень коштів. Це безперечний знак зростаючої значущості ШІ в організаціях усіх галузей [14].

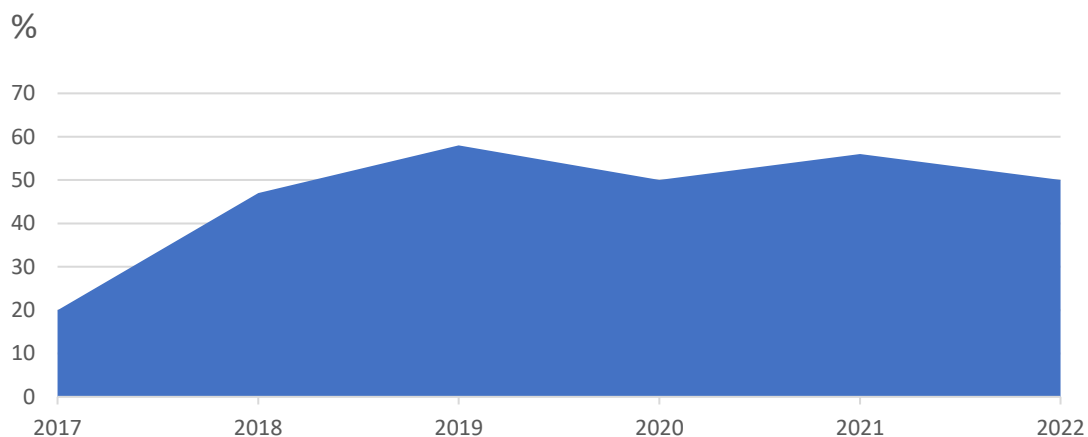


Рис. 1. Впровадження ШІ організаціями

Джерело: побудовано автором

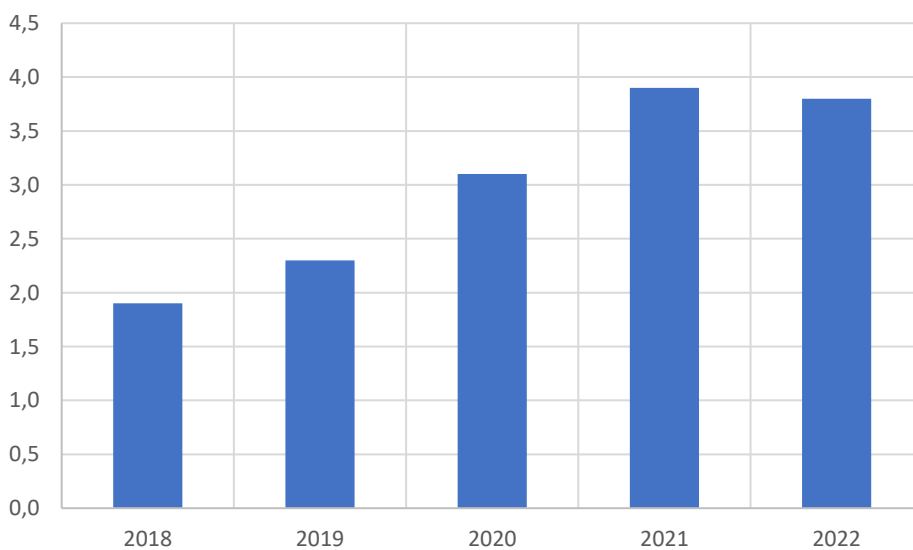


Рис. 2. Збільшення можливостей ШІ за 5 років

Джерело: побудовано автором.



Рис. 3. ШІ-технологія, що використовується з точки зору частоти

Джерело: побудовано авторами.

Найбільший ефект від застосування ШІ був зафіксований у компаніях, що займаються наданням послуг, які здебільшого складаються з консультаційних. Крім того, ми можемо сказати, що ШІ приносить користь консультаційним фірмам і в аспекті витрат. Ми вже можемо спостерігати загальне збільшення доходів на 57%, в тому числі, завдяки впровадженню ШІ [15].

Незважаючи на очевидні позитивні результати застосування ШІ, ми рекомендуємо впроваджувати технології ШІ, враховуючи ці рекомендації:

- Визначити відповідального: для успішного впровадження технологій штучного інтелекту у компанії, важливо призначити відповідальну особу, яка буде керувати цим процесом.
- Визначте цілі та завдання: чітко сформулюйте, які бізнес-процеси ви хочете покращити за допомогою ШІ. Це можуть бути оптимізація операцій, підвищення якості обслуговування клієнтів або автоматизація рутинних завдань.
- Почніть з найпростіших процесів: починайте з невеликих проектів, які можуть швидко показати результати. Це допоможе зменшити ризики та продемонструвати цінність ШІ для компанії.

- Інвестуйте в навчання персоналу: забезпечте навчання для ваших співробітників, щоб вони розуміли основи роботи з ШІ і могли ефективно використовувати нові інструменти.
- Залучайте зовнішніх експертів: якщо у вас немає достатнього досвіду в галузі ШІ, розгляньте можливість залучення консультантів або співпраці з компаніями, які спеціалізуються на впровадженні ШІ.
- Моніторинг і коригування: після впровадження ШІ постійно моніторте його ефективність і вносьте необхідні корективи. Це допоможе максимізувати віддачу від інвестицій у ШІ.

Висновки

Індустрія консалтингових послуг зазнає впливу штучного інтелекту. ШІ використовується для широкого спектру задач, починаючи від автоматизації операційних процесів та закінчуючи отриманням інформації для стратегічного прийняття рішень. ШІ трансформує попит на працю, природу роботи та операційну інфраструктуру. ШІ також корисний для вирішення проблем та рутинних задач у компаніях. ШІ має потенціал покращити людську діяльність на робочому місці. Проте організації повинні також враховувати моральні наслідки, що виникають внаслідок використання технологій ШІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Швайдель Д. А., Перес Р., Шрейер М., Сореску А. Про ChatGPT та інше: Як генеративний штучний інтелект може вплинути на дослідження, викладання та практику. *International Journal of Research in Marketing*. 2023. Том 40, Випуск 2. С. 269-275.
2. Бок Д. Е., Волтер Дж. С., Феррелл О. К. Штучний інтелект: руйнування того, що ми знаємо про послуги. *Journal of Services Marketing*. 2020. Том 34, Випуск 3. С. 317-334.
3. Боррес А. Ф., Лауріндо Ф. Ж., Спінола М. М., Гонсалвес Р. Ф., Маттос К. А. Стратегічне використання штучного інтелекту в цифрову еру: систематичний огляд літератури та майбутні напрямки досліджень. *International Journal of Information Management*. 2021. Том 57. Стаття 102225.
4. Двіведі Й.К., Хьюз Л., Аартс Г., Кумбс К., Крік Т., Дуань Й., Двіведі Р., Едвардс Дж., Еіруг А., Галанс В. Штучний інтелект (ШІ): багатодисциплінарні перспективи щодо виникаючих викликів, можливостей та порядку денного для досліджень, практики та політики. *International Journal of Information Management*. 2019. Том 57. Стаття 101994.
5. Резер Р. А. Моніторинг впливів туризму на основі соціальних медіа, сприйняття ризиків та страху на ставлення туристів та повторне відвідування у зв'язку з пандемією COVID-19. *Current Issues in Tourism*. 2021. Том 24, Випуск 23. С. 3275-3283.
6. За даними дослідження Research and Markets. Режим доступу: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5847316/global-ai-consulting-services-market>.
7. За даними дослідження Deloitte. Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/cognitive-technologies/ai-adoption-in-the-workforce.html>
8. За даними дослідження PwC. Режим доступу: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html>.
9. За даними дослідження Markets and Markets. Режим доступу: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/conversational-ai-market-49043506.html>.
10. За даними дослідження AI Now Institute. Режим доступу: <https://ainowinstitute.org/wp-content/uploads/2023/04/discriminatingsystems.pdf#:~:text=URL%3A%20https%3A%2F%2Fainowinstitute.org%2Fwp>.
11. За даними опитування Capgemini. Режим доступу: <https://www.capgemini.com/news/press-releases/ai-and-the-ethical-conundrum-report>.
12. За даними дослідження McKinsey & Company. Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>.
13. За даними опитування KPMG. Режим доступу: <https://kpmg.com/us/en/articles/2023/generative-artificial-intelligence-2023.html>.
14. За даними дослідження McKinsey & Company. Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-AIs-breakout-year>.
15. За даними дослідження McKinsey & Company. Режим доступу: <https://www.bain.com/insights/youre-out-of-time-to-wait-and-see-on-ai-tech-report-2023>.

REFERENCES

1. Schweidel, D. A., Peres, R., Schreier, M., & Sorescu, A. (2023). About ChatGPT and beyond: How generative artificial intelligence can impact research, teaching, and practice. *International Journal of Research in Marketing*, 40(2), 269-275.
2. Bock, D. E., Walter, J. S., & Ferrell, O. C. (2020). Artificial intelligence: Disrupting what we know about services. *Journal of Services Marketing*, 34(3), 317-334.
3. Borges, A. F., Laurindo, F. J., Spinola, M. M., Gonçalves, R. F., & Mattos, K. A. (2021). Strategic use of artificial intelligence in the digital era: A systematic review of the literature and future research directions. *International Journal of Information Management*, 57, Article 102225.
4. Dwivedi, J. K., Hughes, L., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., & Galans, V. (2019). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities and agendas for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, Article 101994.
5. Reser, R. A. (2021). Monitoring the impacts of social media-based tourism, risk perceptions, and fear on tourist attitudes and return visits in the context of the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24(23), 3275-3283.
6. According to Research and Markets. Retrieved from: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5847316/global-ai-consulting-services-market>.
7. According to Deloitte research. Retrieved from: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/cognitive-technologies/ai-adoption-in-the-workforce.html>.
8. According to PwC research. Retrieved from: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html>.
9. According to Markets and Markets research. Retrieved from: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/conversational-ai-market-49043506.html>.
10. According to AI Now Institute research. Retrieved from: <https://ainowinstitute.org/wp-content/uploads/2023/04/discriminating-systems.pdf#:~:text=URL%3A%20https%3A%2F%2Fainowinstitute.org%2Fwp>.
11. According to the Capgemini survey. Retrieved from: <https://www.capgemini.com/news/press-releases/ai-and-the-ethical-conundrum-report>.
12. According to McKinsey & Company research. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>.
13. According to the KPMG survey. Retrieved from: <https://kpmg.com/us/en/articles/2023/generative-artificial-intelligence-2023.html>.
14. According to a study by McKinsey & Company. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-AIs-breakout-year>.
15. According to a study by McKinsey & Company. Retrieved from: <https://www.bain.com/insights/youre-out-of-time-to-wait-and-see-on-ai-tech-report-2023>.

Ihor Prytula, Taras Shevchenko Kyiv National University, Ukraine

The impact of artificial intelligence on the consulting services market

Abstract

The article highlights the key factors, parameters, and magnitudes that contribute to the satisfaction with services provided through artificial intelligence. The article provides researchers and business practitioners with materials for conducting business experiments with artificial intelligence and selecting useful constructs that AI can offer. This study established a connection between the use of artificial intelligence and customer satisfaction with AI-provided services. Modern technologies, including artificial intelligence, have transformed the consulting services industry. Artificial intelligence significantly changes the way consulting companies operate, improving service delivery, enhancing accuracy, and reducing operational costs. Future research should include other variables such as price, size and sector of the service industry, type of service, and moderating factors. The article presents a comprehensive analysis of the role of artificial intelligence in improving service quality, decision-making, and client engagement in the consulting industry. The primary issue addressed by the research is identifying the potential benefits and drawbacks of integrating AI into consulting services. This includes analyzing improvements in efficiency, accuracy, and cost-effectiveness of consulting processes, as well as considering possible negative consequences such as job reductions and ethical concerns. The article also examines use cases and empirical evidence demonstrating the implementation of AI in various sectors of consulting services, particularly in IT management and finance. The article outlines the potential advantages and disadvantages of using artificial intelligence. At the same time, it considers possible negative consequences such as job reductions and ethical concerns.

Keywords: artificial intelligence; consulting; optimization; change; efficiency; digital transformation.

Cite as: Prytula, I. (2024). The impact of artificial intelligence on the consulting services market. *Economic analysis*, 34 (2), 291-300.
DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.291>