

INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

Левіщенко О. С., к.е.н.

Амеліна Н. К., к.е.н.

*Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-20>

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КОНСАЛТИНГОВИЙ РИНОК В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Цифровізація суттєво впливає на галузь професійних послуг як напряму, так і через зміни бізнес-середовища. Цифрові технології змінюють бізнес замовників, а ті, в свою чергу, вимагають від консультантів усе більшої швидкості, якості та гнучкості. Окрім того, цифрові технології в поєднанні з нецифровими факторами створюють комбінований тиск, що зумовлює значну трансформацію консультантів та експертів до нової ери надання послуг.

Галузь консалтингових послуг має багату історію та значні темпи росту. А здатність консультантів адаптуватися до мінливого попиту зіграла важливу роль і розвитку консалтингової індустрії, і ця гнучкість проявляється і сьогодні, під час пандемії та змін, що спричинені цифровими технологіями.

Сьогодні існує два протилежні погляди щодо того, чи цифрові трансформації суттєво впливають на консалтингову

галузь. Одні експерти вважають, що консалтинговий ринок завжди стикався з серйозними викликами спричиненими змінами, був гнучким і успішно трансформувався. Підтвердженням цієї позиції є стрімке зростання ринку загалом та збільшення кількості фахівців, що надають консалтингові послуги. Отже, ринок є стійким до будь-яких змін, в тому числі і до цифрових.

Думки іншої групи експертів полягають у тому, що, незважаючи на зовнішню спритність, галузь консалтингових послуг можливо наближається до точки біфуркації, оскільки цифрові технології радикально змінюватимуть ринок консалтингових послуг.

На нашу думку, основні ключові питання, що визначатимуть силу впливу цифрових технологій наступні: які тенденції формують цифрові технології; який вплив чинитимуть тенденції на консалтингові послуги; як трансформується бізнес-модель консалтингу.

Ключовими цифровими тенденціями, що одночасно руйнуватимуть старий і створюватимуть новий «цифровий» ринок консалтингових послуг будуть:

– «Демократизація знань» – головний деструктивний фактор консалтингової галузі, так як базується на тому, що суттєво підриває «Інформацію» – один з основних елементів класичної моделі консалтингових послуг;

– «Цифровізація елементів консалтингу» полягає в тому, що цифрові технології легко долають міжгалузевий бар'єр і адаптуються для використання у галузі, для якої не створювалися безпосередньо. Це дозволяє консультантам використовувати весь спектр технологій, як цифрових помічників для виконання частини роботи консультанта;

– «Штучний інтелект як консультант» – суттєво трансформує сферу консалтингових послуг. Але, варто

пам'ятати, що «штучний інтелект» все ще залежний від людського фактору (дій безпосередньої людини) та є упередженим, позбавленим почуттів та креативності. Це якраз сильна сторона людини, яку не замінить жодна машина, оскільки сила людського мислення та можливість створення нових речей без попереднього програмування;

– «UBERизація» – розвиток маркетплейсів експертів та навчальних платформ дозволить зростати фріланс-екосистемі консалтингового ринку [1].

Постає питання як консультант може «вижити» в епоху цифрових перетворень, що формують нові потреби та вимоги клієнтів, які весь час прагнуть більшого? Пріоритетними навичками, якими має володіти консультант, є інноваційність, креативність, критичне мислення та глибока експертиза. Консультанта від «штучного інтелекту» відрізняє здатність прийняття креативних рішень, які не запрограмовані для машин. Консультант допоможе клієнту прийняти остаточне рішення та розглянути всі їх варіанти. Якщо в традиційній (класичній) моделі консалтингу основну роль відігравали передові галузеві знання, то при цифровій моделі – основним є здатність використовувати ідеї для нового спрямування досвіду і переосмислення бізнес-моделей з використанням даних та цифрових технологій. Отже, консультант має мислити нестандартно і пропонувати швидкі інноваційні рішення.

Ще однією конкурентною перевагою «живого консультанта» є наявність комплексного набору навичок (розуміння бізнес та цифрових технологій, бачити як їх можливо поєднати для вирішення бізнес-проблем).

Загалом, бізнес-консалтинг змінюється і може бути навіть повністю трансформований завдяки штучному інтелекту та машинному навчанню. Але через те, що машини все одно не

можуть мислити так як люди, то все, що ми можемо зробити – це випередити їх, ставши більш інноваційними та креативними, і не дотримуватись усталених правил. Щоб залишатися на ринку, консультант повинен пропонувати клієнтам інновації і бути на крок попереду у всіх областях, в яких він має досвід. Отже, консультанти перебуватимуть у жорсткій конкуренції із штучним інтелектом та іншими гравцями, але мають усі шанси стати новими «цифровими консультантами» щоб перемогти [1].

Пандемія корона вірусу мала величезний вплив як на світову так і на економіку окремих країн. Звичайно, ця ситуація торкнулася і ринку консалтингових послуг. Лідери консалтингового бізнесу по різному підійшли до вирішення всесвітніх проблем, що безпосередньо вплинули на їх клієнтів.

Одна із провідних компаній великої четвірки Boston Consulting Group запропонувала модель «вижити-процвітати-надихати», яка описує три підходи боротьби з пандемією.

Одні компанії зосереджуються на виживанні – боротьбі з шоком та невизначеністю, моніторингу грошових потоків, стабілізації бізнесу і підтримці клієнтів, головним чином за допомогою цифрових та віртуальних каналів.

Інші компанії обирають шлях процвітання – змінюють існуючі продукти для задоволення нових потреб клієнтів, пришвидшують випуск нових продуктів на ринок та підтримують впізнаваність свого бренду. Хорошим прикладом є Uber, який залучає все нові послуги, такі як співпраця з ресторанами та Інтернет-магазинами.

Найбільш успішним підходом, за моделлю Boston Consulting Group є «надихати». Це компанії, які стали частиною інструменту боротьби з самою пандемією

COVID-19. Наприклад, IBM очолює консорціум, який безкоштовно надає високопродуктивні обчислювальні ресурси дослідникам COVID-19. Великі консалтингові фірми зробили аналогічні кроки, зокрема, через надання постійного потоку свіжої інформації і результатів досліджень. Проте важливим для успіху компаній є не лише те, що вони роблять, але і те, як вони це робили. Тут значним є прояв креативності, спритність і вміння орієнтуватись у ситуації [2].

Література:

1. Вплив цифровізації на ринок консалтингових та експертних послуг 2021. Аналітичний звіт. URL: https://www.merezha.ua/report/impact_of_digitalization_2021.pdf
2. Матеріали компанії Boston Consulting Group. URL: www.bcg.com