

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ КОНСАЛТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

¹ Національний авіаційний університет

Анотація: У статті досліджено нинішній стан цифрової трансформації бізнес-середовища в Україні та запропоновано заходи, що покликані формувати оптимальну модель консалтингу в умовах цифровізації.

Ключові слова: цифрова трансформація, бізнес-середовища, конкурентоспроможність, оцифрування.

Abstract: The article examines the current state of digital transformation of the business environment in Ukraine and proposes measures aimed at forming the optimal model of consulting in conditions of digitalization.

Keywords: digital transformation, business environments, competitiveness, digitization.

Цифрова трансформація бізнес-середовища є невід’ємною складовою частиною стратегічного бачення щодо розвитку економіки України. Реалії сучасного конкурентного ринкового середовища потребують від підприємств систематичного аналізу актуальних змін зовнішнього середовища з метою забезпечення своєї життєздатності й конкурентоспроможності у майбутньому.

Ключовими факторами впливу, які впливають на зростання діджиталізації бізнесу є її технологічна трансформація, а також зміна запитів споживачів й посилення інформаційних процесів. Діджиталізація бізнесу, безпосередньо, характеризується впровадженням продуктів цифрових технологій з метою автоматизації своїх бізнес-процесів, покращення ефективності господарської діяльності підприємства й вдосконалення комунікаційних зв’язків з клієнтами.

Цифрова трансформація бізнесу надає йому ряд важливих конкурентних переваг. Зокрема, швидкість реагування на: запити клієнтів, підвищення лояльності споживачів за рахунок якісного сервісу, глибокий аналіз цільової аудиторії, зменшення операційних витрат за рахунок автоматизації і системної синхронізації, а також створення додаткової цінності товарів й підвищення іміджу підприємства.

В умовах digital-трансформації спостерігається загальний тренд щодо збільшення попиту на послуги консалтингових компаній, які супроводжують своїх клієнтів у процесах планування, організації й контролю впровадження технологічних рішень у процеси функціонування підприємства.

Паралельно з digital-трансформацією бізнес-процесів докорінно змінюється й консалтингова індустрія. У минулому сфера консалтингових послуг не завжди була у центрі змін власних бізнес-моделей [1]. Але наразі вона все більше адаптується до нових потреб своїх клієнтів (інвестує значні фінансові ресурси в оцифрування власних процесів і пропозицій). У свою чергу, інтеграція сучасних технологій і програмного забезпечення надають ряд конкурентних переваг щодо процесу інтенсивного консультування клієнтів [2, с.39-40]: використання інтелектуальних цифрових рішень збільшує відповідальність з боку клієнта, що створює можливість працювати більш автономно, виконувати проекти більш ефективно, збільшуючи при цьому їх рентабельність; за допомогою цифрових інструментів можна скоротити витрати на консультаційні ресурси та заощадити грошові ресурси.

В роботі наведено список основних сфер впливу процесів цифрової трансформації на консалтингові компанії в Україні:

1. *Демократизація знань* – має найбільшу сферу впливу на консалтинг по мірі своєї прямої дії на інформацію, на якій базується консалтингова діяльність. Цифрові технології істотно збільшили доступ до найкращих консалтингових практик (кейсів, фреймворків, методик).

2. *Талант на вимогу* – створює нові можливості для індивідуальних консультантів по мірі розвитку ринку фрілансу. Очікується, що стандартна модель співпраці з талановитими працівниками «знайди та втримай» зміниться на модель «залучай за потреби».

3. *Штучний інтелект у ролі консультанта* – трансформує бізнес-модель консалтингу на комбіновану, а з часом і на цифрову модель. Передбачається, що використання «штучного інтелекту» суттєво збільшить якість й швидкість обслуговування консалтингових проєктів, отже, частка

«штучного інтелекту» в одноманітних рутинних процесах обслуговування поступово матиме тенденцію до зростання.

4. *UBERизація* – передбачає стрімкий розвиток онлайн-платформ різної спеціалізації: навчальні маркетплейси, інноваційні платформи для краудсорсингу, маркетплейс експертів.

На рис. 1 представлено трансформацію бізнес-моделі консалтингових послуг від класичної до суто цифрової. З огляду на представлену інформацію слід зауважити, що цифрова модель базується на використанні всіх доступних цифрових технологій під адмініструванням штучного інтелекту. З таких умов останній стане ефективнішим консультантом аніж конкретна особистість, у той час, як роль консультанта буде зведено лише до верифікації або дозволу використання запропонованих рішень [3].



Рис.1. Трансформація моделі консалтингових послуг

Джерело: складено авторами на основі даних джерела [4]

Відповідно, до складу класичної моделі консалтингу до них відносяться [4, с.35]:

- *інформація* - збір і аналіз даних;
- *експертиза* - відповідальна за генерування низки способів вирішення проблеми;
- *інсайт* - підкріплення експертизи аналітикою з метою генерування ідей (інсайтів);
- *впровадження* - створення покрокового плану дій для імплементації необхідних змін.

Класична модель вміщує в собі основу консалтингової діяльності, але помітно, що кожен з елементів моделі зазнає впливу цифрової трансформації і, в результаті, модифікації.

Відмінною рисою комбінованої моделі консалтингу від класичної є те, що технології виступають не лише як інструмент доповнення роботи консультанта, а як окрема її складова, одночасно впливаючи на два елементи “інформацію” і “експертизу”. Комбінована модель поєднує у собі найкращі властивості технологій і людини-консультанта. Тож, у межах цієї моделі, технології не здатні у повній мірі замінити людський ресурс. Дана модель здатна закріпитися на тривалий час, але у довгостроковій перспективі консалтингова модель набуде нової модифікації, у якій ключові позиції отримає штучний інтелект.

Таким чином, цифрова модель передбачає, що штучний інтелект матиме перевагу над людиною в усіх елементах класичної моделі консалтингу, а роль людини буде зведено для верифікації і дозволу на використання запропонованих штучним інтелектом рішень. Припускається, що роль людини-консультанта може посилюватися у окремих нішах чи особливих умовах, які не передбачені або заборонені для алгоритмів штучного інтелекту. Цифрова модель дозволить вирішувати проблеми швидше і якісніше за рахунок штучного інтелекту в ролі консультанта.

Консалтингові компанії пропонують послуги і продукти з цифровою підтримкою, щоб створити новий досвід консалтингу та додати додаткову цінність для клієнтів, розробити інноваційні моделі доходів, автоматизувати консультаційні процеси та оптимізувати внутрішні витрати на консалтинговий проект і ресурси.

З огляду на взаємозалежність зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства можна зробити висновок, що діджиталізація бізнес-процесів охоплює всі напрями й сфери розвитку: банки і фінансовий ринок; суспільство; виробництво, ринок та економік; бізнес, освіту і професії.

Тобто, і клієнти, і консультанти визнали переваги нових медіа та технологій. Таким чином,

технологічної модернізації консалтингової індустрії не уникнути, кращою стратегією буде наслідувати прикладу найкращих практик, які роблять значні інвестиції у автоматизацію консалтингових процесів, аналітику та штучний інтелект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бочарова Ю.Г., Чернега О.Б., Кожухова Т.В. Діджиталізація та цифрові трансформації в ЄС. *Економіка і організація управління*. 2021. № 2 (42). С. 6-19.
2. Білявська Ю., Микитенко Н., Шестак Я. Кібербезпека та захист інформації під час пандемії COVID-19. *Міжнародний науково-практичний журнал "Товари і ринки"*. 2021. № 1. С. 34-46.
3. Воржакова Ю.П., Хлебінська О.І. Сутність цифрової трансформації з різних позицій підприємців та науковців. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 107–111.
4. Білявський В.М., Шуліковська К.В. Основні аспекти формування ефективної кадрової політики сучасних підприємств. *Науковий журнал Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 25. С. 33–40.

Дуга Анастасія Валеріївна, магістрант, Національний авіаційний університет, Київ, e-mail: valentyn.biliavskyi@npp.nau.edu.ua

Білявський Валентин Миколайович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, Національний авіаційний університет, Київ, e-mail: valentyn.biliavskyi@npp.nau.edu.ua

Dyga Anastasiya V., master's student, National Aviation University, Kyiv, e-mail: valentyn.biliavskyi@npp.nau.edu.ua

Biliavskyi Valentyn M., PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of Foreign Economic Activities of Enterprises, National Aviation University, Kyiv, e-mail: valentyn.biliavskyi@npp.nau.edu.ua