


KSE

Kyiv
School of
Economics

Дослідження KSE: Як перемагати в сучасному світі

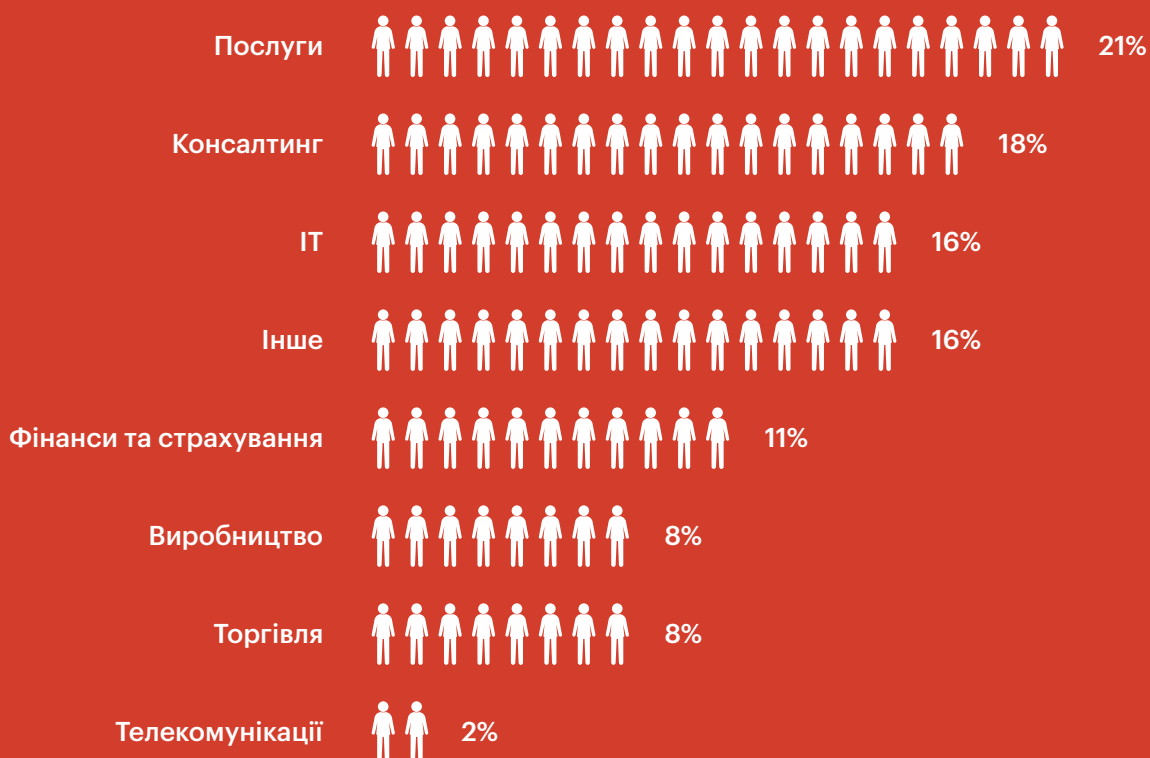


Згідно опитування компанії Deloitte (<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends.html>) щодо готовності лідерів до Четвертої промислової революції, керівники вищої ланки повністю усвідомлюють виклики, які стоять перед ними, у зв'язку з глобальними технологічними, демографічними та економічними тенденціями.

Для українського бізнесу 2019 рік є по-особливому змінотворчим - оновлення на політичній арені додало як невизначеності, так і оптимістичності у ставленні до трансформаційних змін, впровадження яких є необхідним для здобуття та утримання лідерських позицій на ринку.

Київська школа економіки провела власне опитування серед представників спільноти та бізнесу, щоб визначити, які тенденції формують стратегії бізнесу в Україні, які чинники є основними важелями розвитку та які лідерські компетенції є найбільш затребуваними серед українських топ-менеджерів.

Характеристика респондентів (68 респондентів)



Тенденції, що найбільше впливають на стратегію українського бізнесу сьогодні:

65,6%

Найбільша кількість опитуваних зазначили, що саме зростаюча швидкість змін є основним чинником, який формує стратегію розвитку бізнесів сьогодні. Дотичний фактор – розвиток нових технологій та зовнішні інновації були обрані майже половиною респондентів. Згідно результатів опитування (http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf), проведеного World Economic Forum, ми живемо у світі, де прогнозована кількість робіт/професій, що втрачуть актуальність та будуть замінені на нові протягом трьох-п'яти років, складає 20-50%. Водночас, швидкість адаптивності та можливості для динамічного оновлення знань дорослого населення все ще є досить обмеженими. Власне, саме ця тенденція – зростаюча швидкість змін була обрана найважливішою та такою, що формує напрямок розвитку бізнесів сьогодні.

54,1%

Респондентів вважають, що політична та економічна нестабільність суттєво впливають на функціонування та розвиток бізнесу. Незважаючи на високі показники трудової міграції (за даними Держслужби статистики, з початком війни на Сході у 2014 році близько 1,3 мільйонів українців мігрували до інших країн), демографічна ситуація та міграція не є в переліку основних трендів, які беруть до уваги українські компанії (лише 19,7% опитуваних обрали цю категорію). Водночас, комплексна економіко-політична ситуація турбує більшість опитуваних. Значною мірою це пов'язано з кардинальним оновленням влади та досить рішучими реформами, з впровадженням яких почався новий український політичний сезон. Соціологічна група «Рейтинг» 6-10 вересня 2019 провела опитування, згідно якого 55% респондентів вважають, що справи в Україні йдуть у правильному напрямку. Це свідчить про своєрідне національне піднесення, що за умов стабілізації поточного напрямку руху формуватиме довіру до органів влади та сприятиме розвитку економіки, зокрема й бізнесу, в країні.

42,6%

Досить велика кількість респондентів обрали зростаючі очікування клієнтів як чинник, що стратегічно впливає на розвиток бізнесу. В умовах ринкової економіки, під впливом глобалізації та постійно зростаючої світової конкуренції, задоволення потреб споживачів стає все більшим викликом, а вирішення цієї задачі часто лягає в основу стратегічних цілей компанії, які ставляться перед командами внутрішніх інновацій. Більше того, задоволення потреб уже не є однозначною конкурентною перевагою, а саме індивідуальний підхід та перевернення очікувань клієнтів – задача, яку намагаються вирішити багато сучасних бізнесів. Одна з останніх розробок IBM Watson є саме таким прикладом. Personality Insights (<https://www.ibm.com/watson/services/personality-insights/>) – платформа, що прогнозує потреби, цінності та характеристики клієнтів за допомогою письмового тексту з соціальних мереж, внутрішньої клієнтської інформації та цифрової комунікації.

Лідерські компетенції

Бути успішним лідером сьогодні - неймовірно амбіційна й комплексна задача, підтвердженням чого є статистика останнього опитування:



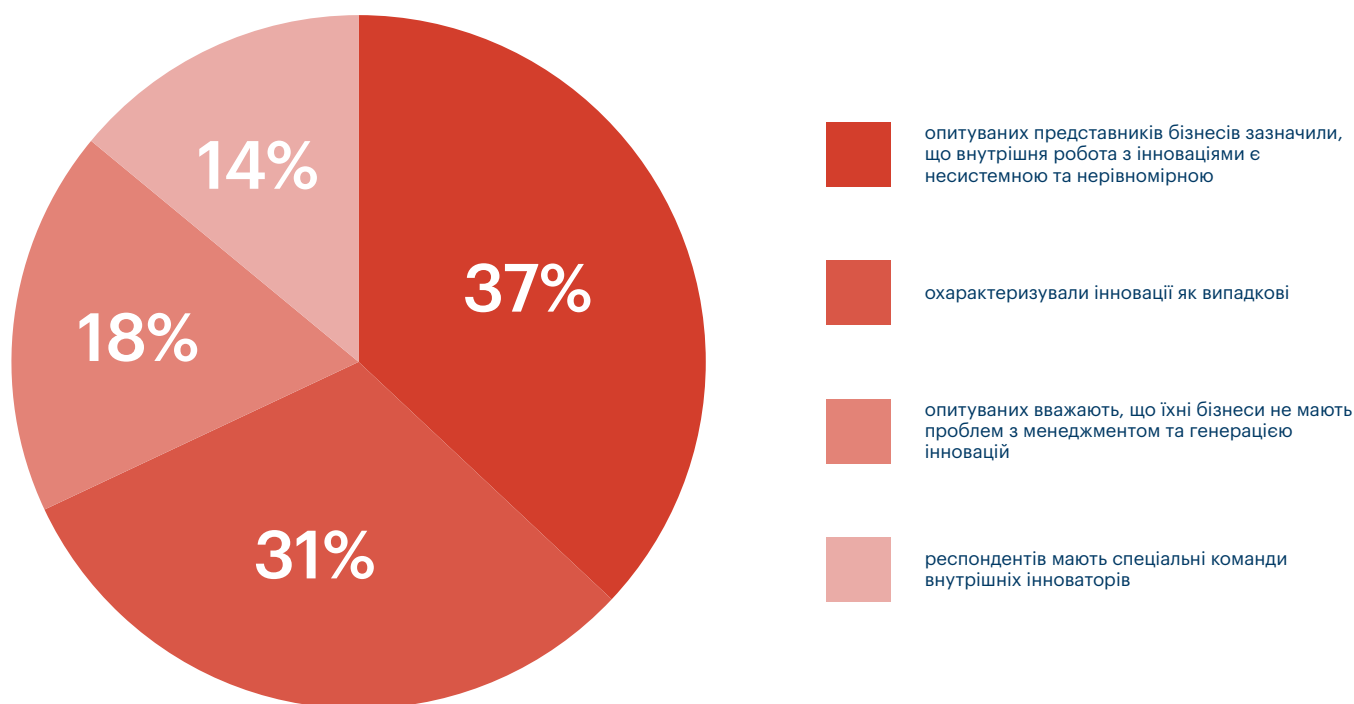
Стратегії росту та готовність бізнесів досягати поставлених цілей



Тенденції, вплив яких бізнеси визнають важливими, у більшості й формують пріоритети руху для зростання. Відповідно, більшість респондентів, а саме 54,8%, зазначили, що інновації та розробка нових продуктів є основною стратегією росту їх бізнесів, 24,2% респондентів вважають своєю стратегією розширення та масштабування (economies of scale), ще 12,9% нарощуватимуть бізнес завдяки поглинання та придбанню нових бізнесів (M&A), і майже третина опитуваних, 30,6%, вказали, що організації, де вони працюють, не мають чіткої стратегії росту.

Відсутність стратегії та короткотермінове бачення топ-менеджменту є зрозумілою та природною поведінкою власників та керівників компаній – бажання отримувати максимальний прибуток сьогодні часто перемагає неоднозначну й важку роботу на перспективу. Невеликий кількості компаній вдається одразу отримувати прибутки від інновацій, що лише виходять на ринок та не є звичними й зрозумілими для більшості клієнтів, але часто це саме та інвестиція, що дозволяє бізнесу зростати.

Ставлення до інновацій



Звісно, менеджмент інновацій вимагає суттєвих інвестицій часу та ресурсів – як людських, так і фінансових, проте в більшості випадків, ці затрати є виправданими. Між іншим, українські бізнеси мають багато цікавих прикладів: Райффайзен Банк Аваль наразі працює над впровадженням системи внутрішніх інновацій – Innovation Garden UA'19 (<https://www.facebook.com/raiffeisenua/posts/2377408518995162>), компанія «Синево» ініціювала проект (<https://delo.ua/special/buduschee-diagnostiki-v-sinevo-rasskazyvajut-o-d-357527/>) з дизайн-мислення для дитячих лабораторних центрів, який допоміг продумати та підвищити якість клієнтського досвіду, ПриватБанк за підтримки Visa впроваджує технологію біометричної оплати FacePay24 (<https://privatbank.ua/news/2019/9/12/1010>) для роздрібних торговельних мереж.

Якісний постійний процес інновацій – важливий. Гнучкість, швидкість прийняття рішень та уміння знаходити нестандартні підходи стає базовою потребою будь-якої організації; саме це дозволяє

перемагати конкуренцію та покращувати клієнтський досвід не зважаючи на зовнішні чи внутрішні перешкоди.

Міркуючи про інновації в компаніях сьогодні, ми також задумуємось про навички, якими мають володіти працівники задля генерації інноваційних рішень. World Economic Forum (<https://www.human-tific.com/post/2022-future-work-skills-outlook>) виділяє здатність до креативності, оригінальності та ініціативності; критичного мислення та вміння аналізувати; комплексне вирішення проблем на третє, п'яте та, відповідно, шосте місце серед навичок, вагомість яких зростатиме до 2022 року. За декілька років, скоріше за все, буде недостатньо мати одну людину чи команду, відповідальну за розвиток нових продуктів чи покращення існуючих – кожен з працівників має брати відповідальність за покращення роботи, яку виконує. Задля цього система освіти, виховання та підвищення кваліфікації має адаптуватись до потреб сучасності.

Робота з аналітикою

Аналітика даних в компаніях є так само важливою, як і вміння генерувати інновації; і більшість українських компаній це цілком усвідомлюють:



47%

респондентів відповіли, що використовують дані задля прийняття важливих рішень в компаніях



18%

учасників опитування збирають та зберігають дані, проте не знають, як це використовувати для прийняття рішень



18%

опитуваних зазначили, що мають окрему команду аналітиків, що працюють над розробкою аналітичних рішень



17%

респондентів не мають системного підходу до збору й обробки даних в організації

Основний ресурс збору даних в українських компаніях:



32.4%

CRM



20,6%

Продажі та рахунки



16.2%

ERP



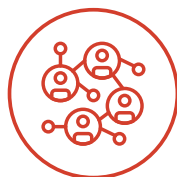
10.3%

Вебсайт



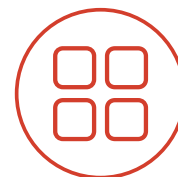
4.4%

Мобільні додатки



4.4%

Соціальні мережі



11.8%

Інші



Чому аналітика даних взагалі є такою популярною? З одного боку, цей інструмент дозволяє вирішувати проблеми в усіх галузях — від бізнесу та урядового планування, до особистого життя. З іншого — завдяки великим даним це можна зробити відносно дешево. Раніше, щоб поліпшити якість медичного обслуговування, треба було будувати нові шпиталі, закуповувати додаткові машини швидкої допомоги тощо. Зараз, завдяки аналітиці даних, можна знайти менш витратні шляхи вирішення цих проблеми: наприклад, змінити маршрути пересування карет швидкої допомоги тощо.

Варто також розуміти, що бізнеси, які не використовуватимуть дані, або програють конкурентам, або взагалі зникнуть. Так, регулювання ускладнить збір та обробку даних. Але без аналізу даних бізнеси та компанії можуть втратити конкурентну перевагу.*

Олександр Романко,
почесний академічний
директор програми MBAI

Контакти



mba@kse.org.ua



+380-67-441-01-11