

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Научный руководитель – Лылова Елена Викторовна

Дсуза Сиона Себастиан

Студент (бакалавр)

Российский университет дружбы народов, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: 1032205465@pfur.ru

Конкурентоспособность на сегодняшний день является часто используемым термином, анализируемым на разных уровнях - на уровне предприятия или на уровне всей страны [4]. По мнению Портера, конкурентоспособность является функцией динамической прогрессивности, инноваций и способности к изменениям и улучшениям [9]. Значительный вклад в развитие теории управления конкурентоспособностью компании внесли как российские, так и зарубежные ученые, в числе которых можно выделить: М. Портер, К. Омер, **И. Ансофф, Г. Л. Азоев, Р. Фланаган, В. Лу, Л. Шен, К. Джуэлл и другие.**

Василенко и Ткаченко в своих работах отмечали, что наиболее типичными факторами создания конкурентных преимуществ являются: новые технологии; изменения в структуре и стоимости отдельных элементов технологической цепочки производства и реализации товара; новые запросы потребителей; появление нового сегмента рынка; изменение правил игры на рынке [8]. Однако управление конкурентоспособностью имеет особенности для компаний разной отрасли. Особенно высокую конкуренцию приходится выдерживать консалтинговым компаниям. Примечательно, что индустрия консалтинга берет свое начало в конце XIX века, когда были основаны первые в мире современные консалтинговые фирмы [3]. Основателем первой консалтинговой компании по управлению производством считается химик из Массачусетского технологического института Артур Дехон Литтл [1].

В настоящее время консалтинговая отрасль переходит на этап цифровизации - перемены затрагивают все сферы бизнеса. Инновации, поддерживаемые искусственным интеллектом, становятся важнейшей добавленной стоимостью для консалтинговых компаний, потребности клиентов которых растут и должны быть удовлетворены [3].

Во многих смыслах внедрение конкурентных стратегий в условиях цифровизации предполагает соблюдение баланса. Внедрение конкурентных стратегий в условиях цифровизации может сводиться не только к «оцифровке» унаследованной компании, то есть к модернизации существующих технологий, сокращению затрат и улучшению потребительского опыта в рамках текущих предложений. Любая компания, для того чтобы оставаться актуальным, выживать и развиваться в условиях цифровой экономики, должна быть готова оцифровывать свое «ядро» и выходить за его пределы, максимизировать текущий денежный поток и инвестировать в будущее, внедрять как постепенные, так и более радикальные инновации.

Автор считает, что основным средством достижения конкурентных преимуществ консалтинговых компаний являются конкурентные стратегии. Они основываются и реализуются с помощью подходов, связанных с управлением и укреплением долгосрочной конкурентной позиции компании на рынке услуг. В связи с неопределенной внешней средой консалтинговой отрасли, существуют некоторые особенности управления конкурентоспособностью консалтинговой компании в условиях цифровизации.

В рамках процесса обеспечения конкурентной стратегии необходимо четко определить все виды деятельности, которые позволят компании более эффективно использовать име-

ющиеся ресурсы. Действительно, очень важно выявить и использовать ключевые факторы достижения успеха.

При формировании конкурентной стратегии современной консалтинговой компании особое внимание необходимо уделить ее положению по отношению к конкурентам и характеристикам услуг компании. Совокупная оценка этих факторов наряду с оценкой других показателей эффективности, позволяет относительно быстро определить уровень достижения целей и выполнения задач, а также оперативно скорректировать выбранные стратегии.

Также консалтинговые компании сталкиваются с проблемой определения эффективности собственных стратегий. Оценка устойчивого развития также очень актуальна для консалтинговых компаний, учитывая жесткую конкуренцию на рынке, на котором они работают. Решение данного вопроса важно для компаний разного размера и из разных сегментов рынка консалтинговых услуг.

Последнее десятилетие новейшие достижения в области технологий и коммуникаций, окружающих бизнес-экосистему, значительно преобразовали традиционные бизнес-операции и архитектуру. Искусственный интеллект, технологии роботизированной автоматизации, большие данные, IoT, технологии на основе блокчейна, инструменты социальных сетей и цифровая трансформация представляют собой некоторые новейшие актуальные технологии, сочетающиеся сегодня с корпоративными и функциональными стратегиями компаний [7].

Утверждается, что успешные консалтинговые компании выделяются за счет редизайна бизнес-моделей и перестройки организационной практики на основе цифровых технологий. А это предполагает переход от традиционных консультационных услуг к комплексным, сквозным цифровым решениям [7]. Также, А.Л. Полтарыхин, В. Великоросов, С. Филин в своей работе обратили внимание на важность применения консалтинговыми фирмами метода персонализации услуг для удовлетворения специфических потребностей отраслей компаний-клиентов в условиях нарастающей неопределенности и роста цифровизации. Кроме того, они рекомендовали внедрять метод «ноу-хау» в консалтинговой индустрии, который обеспечит консалтинговым компаниям конкурентное преимущество, позволяя им иметь собственные методы, технологии и инструменты сбора, анализа и обработки данных для более эффективной работы [2].

По мнению автора, для успешной реализации конкурентной стратегии консалтинговых компаний, необходимо управлять изменениями. Данные компании могут полностью интегрировать новые виды деятельности в существующие корпоративные структуры, не внося или внося лишь незначительные организационные изменения, что приведет к снижению затрат на реструктуризацию. Однако при небольших изменениях в продуктах или процессах интеграция в существующие корпоративные структуры может быть благоприятной для того, чтобы повышать конкурентоспособности компании.

Стоит отметить что, появление цифровых технологий привело к изменению традиционных ресурсов компании. Человеческие ресурсы всегда были важнейшим фактором успеха в консалтинге, но цифровая трансформация повысила их значимость и выявила уязвимость системы, традиционно основанной на высокой текучести кадров, только что получивших высшее образование. В самом деле, высокий спрос на креативность и мультидисциплинарность в сочетании с неопределенностью и неоднозначностью цифровых инноваций требует поиска или переподготовки персонала с учетом этих факторов.

Таким образом, автор пришел к выводу что, конкурентоспособность консалтинговой компании в условиях цифровизации повышается посредством надлежащим образом обученного персонала, правильного плана преобразований и использования новейших технологий.

Источники и литература

- 1) 1. Горбашко Е.А., Максимцев И.А. Управление конкурентоспособностью. – М.: Юрайт, 2022.
- 2) 2. Полтарыхин А. Л., Великороссов В. В., Филин С. А., 2023. Формирование цифровых инновационных технологий и факторы, влияющие на их внедрение в компании // Региональная экономика. Юг России. Т. 11, № 1. С. 100-107. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2023.1.9>
- 3) 3. Сосина Т.В. История возникновения и развития консалтинга. – М.: Управление образование, 2013.
- 4) 4. Alkan D.P. Handbook of Research on Strategic Fit and Design in Business Ecosystems // IGI Global book series Advances in E-Business Research. – 2020, pp 76-85.
- 5) 5. Bughin, J.. Ten big lessons learned from Big Data analytics // Henry Stewart Publications, 2017, Vol 2, Number 4, pp. 286-295(10).
- 6) 6. Clayton M. C., Dina W. , Derek V. B.. Consulting on the Cusp of Disruption// Harvard Business review, 2013. Электронный ресурс [Режим доступа-<https://hbr.org/2013/10/consulting-on-the-cusp-of-disruption>]
- 7) 7. Ernesto T., Niloofar K., Corrado C., Cecilia G., Andrea A. Business model innovation and digital transformation in global management consulting firms // European Journal of Innovation Management, 2022, Vol. 25 No. 6, pp. 612-636.
- 8) 8. Flanagan R., Lu W., Shen L., Jewell C. Competitiveness in construction: a critical review of research // Construction Management and Economics. – 2007. – Vol. 25, No. 9, pp. 989-1000.
- 9) 9. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: The Free Press, 1985.
- 10) 10. Thomas D., Abhijit G., Dhruv G., Timna B. How artificial intelligence will change the future of marketing // Journal of the Academy of Marketing Science , 2020, vol 48, pp 24-42