
На правах рукописи



Рубина Эрика Юрьевна

**КОНКУРЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОГО
КОНСАЛТИНГОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(предпринимательство)

12 ДЕК 2008

Москва – 2008

Диссертационная работа выполнена на кафедре теории и практики конкуренции Московской финансово-промышленной академии

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Лукашенко Марианна Анатольевна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Хабаров Владимир Иванович

кандидат экономических наук
Бабошин Алексей Владимирович

Ведущая организация: Государственный университет управления

Защита состоится 25 декабря 2008 г. в 12.00 часов на заседании Диссертационного совета Д 521.042.01 в Московской финансово-промышленной академии, по адресу: 125190, г. Москва, Ленинградский проспект, д.80, корп.Г.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московской финансово-промышленной академии

Автореферат разослан «25» ноября 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук



Е.В.Улитина

I ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Одной из существенных особенностей современного консалтингового предпринимательства являются высокие темпы развития новых технологий (в том числе информационных) и интенсификация конкуренции.

Развитие российского рынка консалтинговых услуг в постсоветской России, включая формирование специализированных российских предпринимательских структур и интеграцию в российский бизнес зарубежных предпринимательских структур, неизбежно влечет усиление конкуренции в сферах процессного и комбинированного консалтинга. Под влиянием конкуренции все сферы российского консалтингового предпринимательства непрерывно развиваются, консалтинговые компании расширяют ассортимент предлагаемых консультационных услуг, многие предпринимательские структуры, представляющие иные сектора рынка (например, страховые компании, банки, кадровые агентства, др.), начинают развивать специализированные консалтинговые направления.

Субъекты российского консалтингового предпринимательства, стремясь к поддержанию конкурентоспособности, вынуждены непрерывно адаптировать корпоративную стратегию и тактику. В наибольшей степени особенности конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства проявляются через трансформацию их ключевых компетенций, изменения подходов к стратегическому и тактическому конкурентному целеполаганию, а также через модернизацию методов и инструментов оценки конкурентоспособности.

В этой связи необходимость обеспечения конкурентоспособности, формирования эффективных стратегий и тактик конкурентного поведения, которые охватывали бы различные области рыночного позиционирования, становится для консалтинговых компаний все более актуальной. По мере укоренения российского рынка консалтингового предпринимательства осо-

бенности конкурентного поведения субъектов этого рынка становятся также все более актуальной темой теоретических и прикладных исследований.

Степень разработанности проблемы

В настоящее время проблемы управленческого консультирования, теории и практики конкуренции, теории конкурентоспособности привлекают внимание многих авторов.

Научные разработки в области управленческого консультирования представлены трудами В.И. Алешниковой, А.В. Бандурина, А.В. Белокопытова, А.М. Букреева, Е.М. Деевой, Н.В. Духан, П.А. Капустина, М. Кубра, А.А. Кулинова, С.П. Никанорова, Л.Л. Никитиной, А.И. Пригожина, А.П. Посадского, З.П. Румянцевой, М.Л. Тюнякина, С.В. Фомишина, К. Чакрырова, Ю.В. Чернова, Л.В. Шибута

Вопросами теории и практики конкуренции, теории конкурентоспособности, а также разработкой сопредельных тематик занимались Г.Л. Азоев, А.В. Бабошин, Д.Д. Богданов, И.А. Головин, И.Б. Гурков, Л.А. Данченко, Т.П. Данько, Е.И. Дрючина, В.С. Катренко, Г.Б. Клейнер, И.В. Князева, А.М. Коган, Ю.И. Коробов, Ф. Котлер, М.М. Купцов, В.А. Леднев, М.А. Лукашенко, С.А. Орехов, М. Портер, Ю.Б. Рубин, Р. Румельт, С.С. Слепаков, А.С. Суханов, А.А.Томпсон-мл. и А. Дж.Стрикленд III., Р.А. Фатхутдинов, В.И. Хабаров, А.Ю. Юданов.

Вместе с тем, вопросы конкуренции на рынке консалтинговых услуг пока не стали предметом специального теоретического рассмотрения. Так, в российской монографической литературе в настоящий момент отсутствуют комплексные исследования особенностей конкурентного поведения предпринимательских структур, действующих в сфере профессионального консалтинга, методов обеспечения конкурентоспособности консалтингового предпринимательства на институциональном и продуктовом уровнях. Необходимость проведения таких исследований определило цель и задачи диссертации.

Целью диссертации является разработка эффективных стратегий и тактик добросовестного конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства, а также формирование подходов к обеспечению их конкурентоспособности и успешному позиционированию на современном российском рынке консалтинговых услуг.

Основными задачами исследования, обеспечивающими достижение поставленной цели, являются:

1. Выявить особенности конкурентного поведения субъектов российского консалтингового предпринимательства путем конкретизации направлений конкуренции на рынке консалтинговых услуг.

2. Разработать состав и структуру профессиональных компетенций субъектов консалтингового предпринимательства, позволяющих им осуществлять конкурентные действия на рынке консалтинговых услуг.

3. Обосновать методику оценки конкурентоспособности субъектов российского консалтингового предпринимательства и её последующее использование при формировании стратегий и тактик конкурентного поведения.

4. Разработать комплекс стратегий конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства на российском рынке.

5. Разработать уровневую структуру конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства, в рамках которой конкурентные стратегии субъектов консалтингового предпринимательства могли бы эффективно приводиться в действие с помощью тактических моделей добросовестного конкурентного поведения.

6. Сформировать подходы к конкурентному позиционированию субъектов консалтингового предпринимательства как к элементу их конкурентного поведения и выявить типы конкурентных позиций субъектов консалтингового предпринимательства на российском рынке, в том числе в сфере ИТ-консалтинга.

Объектом исследования являются субъекты современного российского консалтингового предпринимательства.

Предметом исследования является конкурентное поведение субъектов российского консалтингового предпринимательства как механизм воспроизведения их конкурентоспособности.

Теоретическая и методологическая основы исследования

Теоретическую базу исследования составили труды российских и зарубежных специалистов в области конкуренции, управления конкурентоспособностью, конкурентного позиционирования, маркетинга, стратегического и операционного управления, управленческого консультирования. Методологической основой исследования являются системный и функциональный подходы к анализу объекта исследования. Также использован диалектический метод научного познания и другие методы научно-исследовательской работы, экспертный метод, методы опроса, стратегического и сравнительного анализа.

Эмпирическую базу исследования составляют статистические и аналитические материалы, публикации в специализированных периодических изданиях и открытые официальные информационные источники глобальной сети Интернет.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в решении важной научной задачи по определению особенностей, состава стратегий, тактических моделей конкурентного поведения субъектов современного российского консалтингового предпринимательства, подходов к обеспечению и воспроизведению их конкурентоспособности и успешному позиционированию на современном российском рынке консалтинговых услуг.

Полученное лично автором конкретное приращение научного знания представлено следующими основными результатами:

1. Определены основные особенности конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства путем конкретизации направлений конкуренции на рынке консалтинговых услуг. В число таковых, наряду с соперничеством поставщиков консалтинговых услуг и внутрифирменным соперничеством, входит конкуренция заинтересованных сторон про-

цессного и комбинированного консалтинга, которая сочетается в консалтинговых коммуникациях с сотрудничеством субъектов консалтингового предпринимательства и их клиентов.

2. Разработаны состав и структура профессиональных компетенций субъектов консалтингового предпринимательства, позволяющие последним осуществлять конкурентные действия на рынке консалтинговых услуг. В данной структуре, наряду с общими и специфическими профессиональными компетенциями субъектов консалтингового предпринимательства в сферах предмета консультационной деятельности и управления консалтинговым предпринимательством, выделены в качестве ключевых их компетенции в сфере конкурентного поведения на рынке консалтинговых услуг, включая сочетания консультантами конкурентных действий и добросовестного сотрудничества с внешним окружением и в процессе их коэволюционного взаимодействия с клиентами.

3. Разработана методика оценки уровня конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства, базирующаяся на следующих принципах: кластеризация рынка консалтинговых услуг, учет не ресурсных, а результирующих показателей деятельности субъектов консалтингового предпринимательства, а также оценивание на основе сопоставлений параметров деятельности конкурирующих компаний. Данная методика позволяет выявлять конкурентные преимущества и конкурентные недостатки консалтинговых компаний, а также осуществлять оценку уровня конкурентоспособности консалтинговых услуг, конкурентоспособности каждого из инструментов взаимодействия консалтинговой компании с клиентами и с конкурентами, каждого из показателей деятельности компаний.

4. Доказано, что для участников современного российского рынка консалтинговых услуг характерны три типа конкурентного стратегического целеполагания. Стратегические цели субъектов консалтингового предпринимательства могут быть направлены на интеграцию конкурентов, либо на сближение с конкурентами, либо на обособление от конкурентов; для названных

рынков не является характерным наличие стратегий конкурентного поведения, направленных на устранение конкурентов.

5. Разработана уровневая структура конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства. Доказано, что одна и та же стратегия конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства может быть реализована с помощью различных тактических моделей конкурентного поведения, непосредственно применяемых субъектами консалтингового предпринимательства для поддержания, расширения перечня и усиления своих стратегических конкурентных преимуществ, а также для минимизации конкурентных преимуществ соперников. Дана характеристика тактических моделей недобросовестного конкурентного поведения, следствием применения которых становятся предпосылки монополизации рынка консалтинговых услуг, дискриминация субъектов консалтингового предпринимательства и ограничение клиентов в выборе способов удовлетворения потребности в консультационных услугах.

6. Разработаны подходы в сфере конкурентного позиционирования субъектов консалтингового предпринимательства. Выявлено, что конкурентные позиции каждого из субъектов консалтингового предпринимательства имеют относительный характер по месту действия (рынку) и определяются в ходе сопоставления его конкурентного поведения и положения на рынке с поведением и положением на рынке конкурентов. Введена классификация конкурентных позиций добросовестных субъектов консалтингового предпринимательства. Показаны особенности конкурентного позиционирования субъектов ИТ-консалтинга на российском рынке.

Наиболее существенные результаты исследования соответствуют п.10.10 «Методология, теория обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур» паспорта специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (предпринимательство).

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что выполненное автором комплексное исследование развивает малоизученную и ма-

лоработанную в науке проблематику конкурентного поведения на рынке консалтинговых услуг. Выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, направлены на систематизацию методов повышения рыночной устойчивости моделей конкурентного поведения субъектов российского консалтингового предпринимательства. Результаты представленного комплексного исследования вносят вклад в развитие теории и практики повышения конкурентоспособности предпринимательских структур в РФ.

Практическая значимость исследования состоит в том, что разработанные в нем положения могут быть использованы субъектами консалтингового предпринимательства, действующими на российском рынке, в процессе выбора стратегии, тактики конкурентного поведения, конкурентных позиций, в процессе планирования и осуществления мер по обеспечению конкурентоспособности.

Основные положения диссертационного исследования могут быть использованы при разработке учебно-методических материалов для образовательных учреждений, осуществляющих подготовку студентов в областях теории и практики конкуренции, управления конкурентоспособностью, предпринимательства, в частности консалтингового предпринимательства.

Апробация и внедрение результатов исследования

Работа была подготовлена и прошла обсуждение на кафедре теории и практики конкуренции Московской финансово-промышленной академии. Основные положения и результаты были представлены на первой и второй ежегодных научных сессиях «Роль бизнеса в трансформации российского общества» (17–19 апреля 2006г. и 17–19 апреля 2007г., Москва, Московская финансово-промышленная академия) и на первой и второй Всероссийских конференциях «Конкуренция: стратегия, тактика, модели, обучение» (17 мая 2006г. и 6 июня 2007г.), на международной конференции Moscow Education Online 2008 (28 сентября – 1 октября 2008).

Основные результаты диссертации нашли свое отражение в девяти опубликованных научных работах общим объемом 3,5 п. л. Общая структура

диссертации соответствует поставленной цели исследования и формулированным в соответствии с ней задачам. Ее логика отражена в содержании работы:

Введение

Глава 1. Рынок консалтинговых услуг как специфическая область конкуренции субъектов предпринимательства.

1.1. Основные направления конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства

1.2. Место конкурентных компетенций в сфере конкурентного поведения в структуре профессиональных компетенций субъектов консалтингового предпринимательства

1.3. Упорядочивание конкурентных отношений на рынке консалтинговых услуг в постсоветской России

Глава 2. Конкурентное поведение субъектов консалтингового предпринимательства в России

2.1. Обеспечение конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства в России

2.2. Стратегия и тактика конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства в России

Глава 3. Позиционирование субъектов консалтингового предпринимательства в России в процессе конкуренции

3.1. Конкурентное позиционирование субъектов консалтингового предпринимательства в России

3.2. Особенности конкурентного позиционирования субъектов ИТ-консалтинга на российском рынке

Заключение

Список использованных источников

Приложения

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении диссертационной работы обоснована актуальность выбранной темы, охарактеризованы цель и задачи, определена научная новизна исследования, показана его теоретическая и практическая значимость.

В первой главе исследуются особенности субъектов российского консалтингового предпринимательства, направления их эволюции в ходе становления рынка и конкуренции в сфере консалтинга в постсоветской России.

В работе исследуется содержание деятельности субъектов консалтингового предпринимательства. В диссертации утверждается, что консалтинг - это специфический вид совместной интеллектуальной деятельности консультанта и консультируемого, в процессе которой происходит оказание услуги по оптимизации способов реализации интересов консультируемого в сферах целеполагания, деятельности по достижению целей, а также мониторинга качества и эффективности этой деятельности. Консультационные услуги имеют товарную форму и составляют особый сектор рынка товаров и услуг. Продукт консультационной услуги представляет собой совокупность информации (первичной и/или систематизированной, синтезированной, интеллектуально преобразованной), применяемой в процессе совместной деятельности субъектов консалтингового предпринимательства и клиентов.

В зависимости от содержания консалтинговая услуга имеет:

- процессный характер (характер процессного консалтинга), либо
- комбинированный характер (характер комбинированного или смешанного консалтинга).

Процессная консалтинговая услуга состоит в совместном – консультанта и клиента - поиске, обнаружении и фиксации необходимых управленческих решений, содержащих способы (направления, цели, стратегии, методы, формы, модели, приемы) реализации интересов консультируемого. Таким образом, предметом процессного консалтинга является процесс совместного создания способов реализации интересов клиента.

Комбинированная консалтинговая услуга включает, наряду с процессной составляющей, экспертную, обучающую и/или внедренческую составляющие. Экспертная составляющая консалтинга (или экспертный консалтинг) представляет собой оказание консультантами услуги по проведению экспертиз, формированию ими экспертных заключений и/или выработке в одностороннем порядке рекомендаций для клиента. Обучающая составляющая консалтинга (или обучающий консалтинг) представляет собой оказание консультантом услуги по передаче клиентам знаний и опыта посредством процедуры их обучения, направленного на преодоление фактических и предполагаемых трудностей в деятельности клиентов и оптимизацию этой деятельности. Внедренческая составляющая консалтинга (или внедренческий консалтинг) представляет собой оказание услуги по непосредственной реализации консультантом управленческих решений, относящихся к сфере интересов консультируемого, предварительно согласованных и принятых совместно с консультируемым.

Специфическим элементом содержания деятельности субъектов консалтингового предпринимательства являются осуществляемые ими конкурентные действия. В современной рыночно ориентированной экономике консалтинг как вид профессиональной деятельности образует особый сектор рынка товаров и услуг, формирует специфическую отрасль профессионального предпринимательства и представляет собой отдельную сферу конкурентных отношений.

Конкуренция на современном рынке консалтинговых услуг включает, наряду с характерной для любого сектора рынка конкуренцией между субъектами предпринимательства, специализирующимися на процессном консалтинге, внутрифирменную конкуренцию между профессиональными консультантами, соперничество между субъектами консалтингового предпринимательства, с одной стороны, и субъектами аудиторской деятельности, образовательной деятельности и аутсорсингового бизнеса – с другой стороны, а

также специфическое соперничество между консультантами и клиентами, становящимися участниками совместной профессиональной деятельности.

Поскольку субъекты предпринимательства, действующие в сфере консультационного бизнеса, становятся профессиональными партнерами других субъектов предпринимательства и иных клиентов, консалтинговая услуга приобретает двустороннее значение и коэволюционный характер. Оба субъекта консалтинговой услуги имеют собственный интерес к ее оказанию и поэтому являются в равной степени заинтересованными сторонами этой услуги. Коэволюционный характер консалтинга обуславливается переплетением интересов сторон консультационной услуги и состоит в совместном приспособлении деятельности сотрудничающих сторон к особенностям среды и при необходимости - в совместном преобразовании этой среды.

Совместная эволюция деятельности сторон консалтинговой услуги может иметь симбиотический характер. В этом случае стороны консалтинга помогают друг другу реализовать собственные интересы. Совместная эволюция сторон может также иметь комменсалистический характер. В этом случае одна из сторон стремится использовать другую в собственных интересах. На практике, как правило, одновременно наблюдается и взаимная помощь сторон, их стремление использовать друг друга. Сотрудничество заинтересованных сторон дополняется их взаимной конкуренцией; такое сочетание способствует развитию каждой из них необходимых профессиональных компетенций не только в предметах собственной деятельности, но также в сферах сотрудничества и соперничества. Это составляет основной синергетический эффект коэволюции сторон консалтинга.

Укоренение консалтинга как отдельной области профессиональной деятельности, как специфического сектора современного рынка товаров и услуг, в том числе и как сферы конкуренции, делает необходимым формулирование состава профессиональных компетенций (профессиональных знаний, пониманий, умений, навыков) субъектов профессионального консалтинга. Следует, прежде всего, выделять профессиональные компетенции кон-

сультантов в сфере предмета консультационной деятельности и их профессиональные компетенции в сфере ведения консалтингового предпринимательства.

Профессиональные компетенции субъектов консалтингового предпринимательства в сфере предмета консультационной деятельности в свою очередь должны содержать совокупность профессиональных знаний, пониманий, умений, навыков, которые позволяли бы им эффективно работать в качестве процессных, экспертных, обучающих, внедренческих консультантов. Общим для всех направлений профессионального консалтинга являются компетенции в предметных областях оказываемых услуг, смежных областях и узкоспециализированных зонах предметных областей. Общими также являются коммуникативные компетенции, аналитические и прогностические компетенции, правовые компетенции, компетенции в сфере принятия рациональных решений, компетенции в сфере командной работы, креативные компетенции, компетенции в сфере следования логике поведения и мышления, компетенции, способные вызывать положительное восприятие окружения, формировать позитивную репутацию, технологические и методические компетенции, а также компетенции в сфере профессионального комбинирования областей консалтинга.

Профессиональные компетенции в сфере процессного консалтинга включают компетенции по вовлечению клиентов в совместное творчество, по адаптации к клиентам и по преодолению сопротивления клиентов, компетенции в сфере последовательного выполнения консультационного проекта, в том числе сбора и анализа данных, формирования многообразия предложений, отбора приоритетов, выбора итогового варианта решения, умение гибко реагировать на изменение среды и запросов клиента, умение критически относиться к собственным подходам и перестраивать их под влиянием клиентов в сочетании с принципиальностью в отстаивании собственной позиции, в правильности которой консультант внутренне убежден.

Профессиональные компетенции в сфере экспертного консалтинга состоят из знаний, умений, навыков в экспертной деятельности и представлении ее результатов. Профессиональные компетенции в сфере обучающего консалтинга включают педагогические, в том числе коучинговые компетенции, компетенции в сфере управления знаниями и формирования нужных компетенций у клиентов, навыки в убеждении клиентов, их мотивировании, в том числе к продолжению сотрудничества и/или обучения посредством обучения. Профессиональные компетенции в сфере внедренческого консалтинга базируются на компетенциях консультанта в области самостоятельного поведения в качестве менеджера и выполнения в полном или частичном объеме менеджерского функционала.

Наряду с названными компетенциями субъекты консалтингового предпринимательства должны также обладать совокупностью профессиональных компетенций во всех сферах предпринимательской деятельности, включая деятельность по созданию, поддержанию, развитию консалтингового бизнеса, его реинжинирингу, диверсификации, реорганизации и ликвидации. Ключевыми предпринимательскими компетенциями субъектов консалтингового предпринимательства являются их компетенции в сфере конкурентного поведения на рынке консалтинговых услуг, включая сочетания консультантами конкурентных действий и добросовестного сотрудничества с внешним окружением и в процессе их коэволюционного взаимодействия с клиентами.

Формирование упорядоченного рынка консалтинговых услуг в России началось в 90-е годы прошлого века на фоне становления в стране рыночно ориентированной экономики. В советский период отдельные элементы профессионального консалтинга объединяли специалистов в области юридического консультирования (юрисконсульты, адвокаты), отчасти образовательного и кадрового консультирования. Нередко формы юридического консультирования или образовательного консультирования приобретали коррупционный характер и превращались в сегменты теневой экономики. При этом полностью отсутствовали институты легального управленческого, финансо-

вого, налогового, бухгалтерского, торгового, производственного консультирования. Отсутствовали также внятные правила добросовестной конкуренции в сфере профессионального консалтинга.

Поэтому упорядочивание конкурентных отношений, конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства в пореформенной российской экономике включало и продолжает включать шесть основных направлений. Первое – диверсификация рынка консалтинговых услуг и формирование на нем многообразных направлений легального консалтинга. Второе – трансформация имевших свою историю в советский период элементов консультационной деятельности в соответствующие направления рынка консалтинговых услуг. Третье – превращение консалтинга в сферу профессиональной предпринимательской деятельности и формирование специализированных в области консалтинга российских предпринимательских структур и их профессиональных объединений. Четвертое – интеграция на российском рынке зарубежных предпринимательских структур, действующих в сфере профессионального консалтинга и упорядочивание их отношений с российскими контрагентами. Пятое - формирование правил добросовестной конкуренции и добросовестной практики на рынке консалтинговых услуг в отношениях между соперниками, а также между соперниками и клиентами, которые обеспечивали бы возможность структурирования рынка консалтинговых услуг в соответствии с многообразием клиентских запросов, а также создавали бы гарантии качества деятельности субъектов консалтингового бизнеса. Шестое – создание условий развития профессиональных компетенций субъектов бизнеса, действующих в сфере консалтингового предпринимательства, прежде всего, - развитие форм специального образования, профессиональной подготовки и переподготовки и повышения квалификации работников отрасли консалтингового бизнеса.

Во **второй** главе диссертации исследуются проблемы обеспечения конкурентоспособности субъектов российского консалтингового предпринима-

тельства в контексте применения ими различных стратегий и тактик конкурентного поведения.

Конкурентоспособность консалтинговой компании – способность компании к осуществлению конкурентных действий, в ходе которых происходит приращение конкурентных преимуществ и избавление от конкурентных недостатков. Между тем, конкурентоспособность консалтинговой услуги — это способность услуги соперничать, существовать на рынке наравне с одноименными услугами соперников, удовлетворяя требованиям определенной части потребителей. Конкурентоспособность консалтинговой услуги основывается на конкурентоспособности интеллектуального продукта, являющегося ее предметом.

Уровень конкурентоспособности консалтинговой компании прямо зависит и от уровня конкурентоспособности консалтинговой услуги, которую оказывает эта компания, от уровня конкурентоспособности элементов деятельности компании и от уровня конкурентоспособности инструментов взаимодействия компании с клиентами и с конкурентами. В диссертации показано, что для оценки уровня конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства необходимы кластеризация рынка консалтинговых услуг, учет не ресурсных, а результирующих показателей деятельности субъектов консалтингового предпринимательства, а также оценивание на основе сопоставлений параметров деятельности конкурирующих компаний.

Кластеризация рынка консалтинговых услуг необходима для проведения исследований уровня конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства внутри каждого кластера (например, в сфере крупного и мелкого консалтинга, профильного и непрофильного консалтинга, др.).

Акцент на ресурсных показателях деятельности консалтинговых компаний способен дать представление о потенциале конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства, но не о действительных

конкурентных возможностях их. Конкурентоспособность консалтинговых компаний предстает в таких случаях как потенциальная, но не реализуемая.

Наконец, оценивание уровня конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства в ходе сопоставлений с действиями конкурентов позволяет определять не только формальную (предполагаемую) конкурентоспособность субъектов консалтингового предпринимательства, но и реальную. Именно оценка реальной конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства позволяет также выявлять их конкурентные преимущества и конкурентные недостатки, которые в действительности могут быть оценены лишь в результате подобных сопоставлений.

Представленный подход распространяется также на оценки уровня конкурентоспособности самой консалтинговой услуги (характер и масштаб услуги, полнота оказания услуги, наличие гарантий, комбинирование внутри такой услуги областей консалтинга, скорость оказания услуги, др.),

конкурентоспособности каждого из инструментов взаимодействия консалтинговой компании с клиентами и с конкурентами (отзывчивость консультантов, их гибкость в отношении клиентов, качество продажного и операционного сервиса, навыки в опережении конкурентов, мастерство в обеспечении выгодного сотрудничества на рынке, др.),

каждого из показателей деятельности компании (например, конкурентоспособность консультантов на основе оценки их профессиональной компетентности, конкурентоспособность продуктовой линейки компании, конкурентоспособность оргструктуры компании, конкурентоспособность финансовой и инвестиционной деятельности компании, др.).

На основе сформулированных принципов в диссертации обоснована методика оценки уровня конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства.

Поддержание и укрепление конкурентоспособности осуществляется субъектами консалтингового предпринимательства в процессе применения ими конкурентных действий. Опираясь на уровневый подход к определению

характера конкурентных действий и теорию стратегических детерминантов конкурентного поведения субъектов предпринимательства, автор разрабатывает классификации типов стратегий и тактических моделей конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства.

Для участников современного мирового рынка консалтинговых услуг характерны три типа конкурентного стратегического целеполагания. Стратегические цели субъектов консалтингового предпринимательства могут быть направлены на интеграцию конкурентов (в формах слияния, присоединения, др.), либо на сближение с конкурентами (в формах кооперации, создания альянсов), либо на обособление от конкурентов вплоть до ухода от непосредственного взаимодействия с соперниками. Для названных рынков не является характерным наличие стратегий конкурентного поведения, направленных на устранение конкурентов.

В России данные тенденции являются преобладающими, так как российский рынок консалтинговых услуг находится в фазе роста и число потенциальных клиентов консалтинговых компаний значительно превышает число самих консалтинговых компаний. Поэтому комплекс стратегий конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства в современном российском бизнесе включает стратегии интегрирующего конкурентного поведения, применяемые сильными и слабыми интеграторами, стратегии конкурентного поведения, реализуемые посредством простого, дезинтегрирующего или полного обособления, стратегии кооперативной солидарности и компромиссного сотрудничества в конкурентном поведении. На основе данной классификации в диссертации разработана методика кластеризации субъектов консалтингового предпринимательства в соответствии с применяемыми ими типами стратегий конкурентного поведения.

В отличие от ряда исследований конкуренции в сфере российского предпринимательства автор доказывает, что конкурентное поведение субъектов консалтингового предпринимательства имеет уровневую структуру и выделяет, наряду со стратегическим уровнем конкурентного поведения, такти-

ческий и ситуационный уровни. В работе исследуются тактические модели конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства.

В сфере профессионального консалтинга, как и в любом ином секторе рынка товаров и услуг комплекс тактических моделей конкурентного поведения включает наступательные модели конкурентного поведения, оборонительные модели конкурентного поведения, модели тактического контраступления, модели тактического отступления, модели тактического согласия, модели тактического обособления и тактической самоизоляции, а также отвлекающие тактические модели конкурентного поведения.

С помощью тактических моделей конкурентного поведения субъекты консалтингового предпринимательства реализуют принятую ими стратегию конкурентного поведения на рынке консалтинговых услуг. При этом одна и та же стратегия конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства может приводиться в действие с помощью разнообразных тактических приемов, составляющих тактические модели конкурентного поведения. Стратегии конкурентного поведения нацеливают консалтинговые компании на поддержание, расширение перечня и усиление своих стратегических конкурентных преимуществ, а также на минимизацию конкурентных преимуществ соперников. Объектами тактических моделей конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства становятся тактические конкурентные преимущества - собственные и соперников.

Сравнение имеющихся конкурентных особенностей является в свою очередь обоснованием применения субъектами консалтингового предпринимательства тактических моделей конкурентного поведения (Рис.1).

На уровне тактики конкурентного поведения субъектов российского рынка консалтинговых услуг следует разграничивать добросовестную и недобросовестную практики ведения конкурентных действий. Основным критерием разграничения служит законность и незаконность применения тех или иных тактических моделей конкурентного поведения.

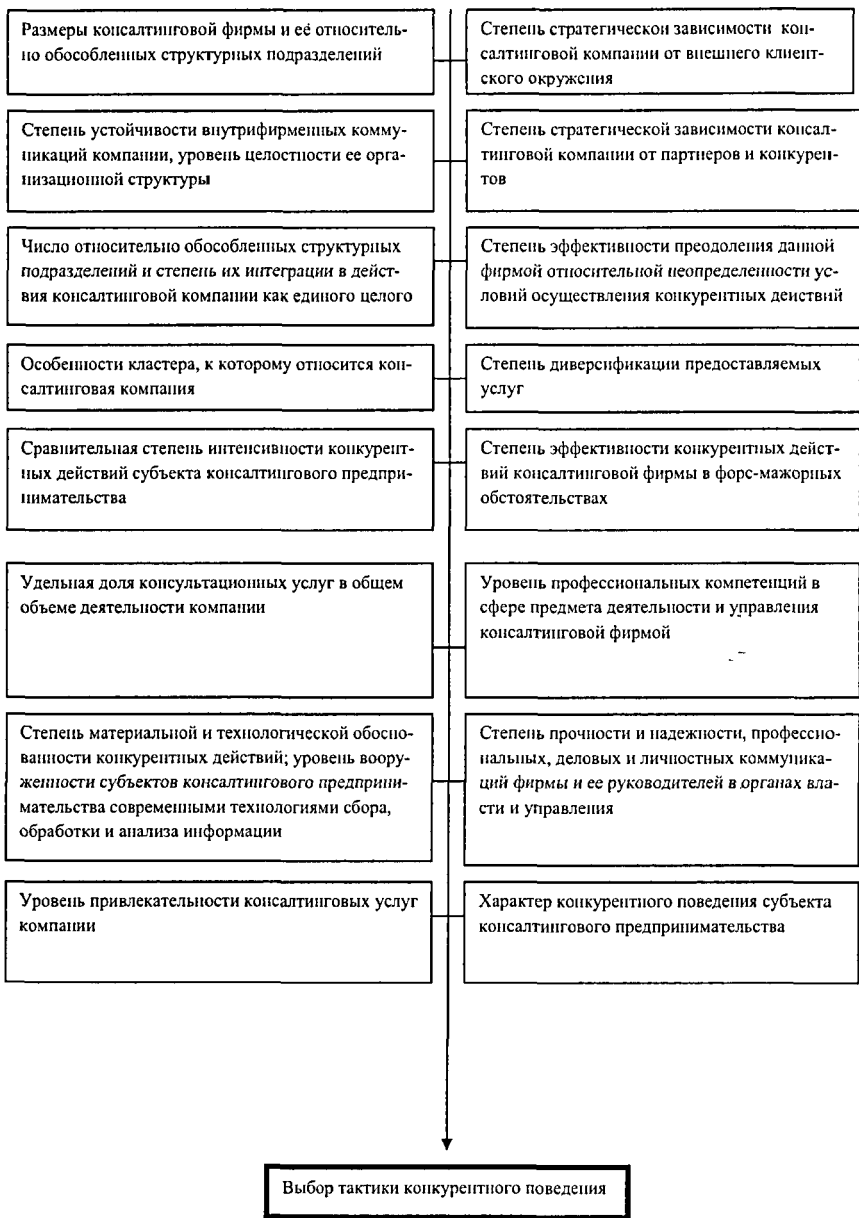


Рис.1 Сравнение конкурентных особенностей при выборе субъектами консалтингового предпринимательства тактики конкурентного поведения

Недобросовестными признаются модели конкурентного поведения, которые запрещены действующим в России законодательством и международными правовыми нормами. Эти нормы направлены, прежде всего, на поддержание устойчивости рынка консалтинговых услуг, воспроизведение конкурентных начал данного рынка и недопущение монополизации его – полной или частичной.

Моделями недобросовестного конкурентного поведения субъектов консалтингового предпринимательства являются:

- уничтожение внутренней и внешней среды деловой деятельности конкурентов, а именно получение, использование и разглашение информации о конкурентах и их коммерческих тайнах без их уведомления, подстрекательство сотрудников конкурентов к невыполнению или недобросовестному выполнению служебных обязанностей, уничтожение средств наружной рекламы конкурентов, негативное воздействие на партнеров и клиентов соперничающей фирмы;

- прямая дискредитация конкурентов и их деятельности - распространение ложной, неточной, искаженной информации о конкурентах посредством недобросовестной и неэтичной рекламы, включая распространение высказываний и образов, порочащих честь, достоинство, деловую репутацию, профессиональные качества, профессию и продукцию конкурентов, распространение клеветнических измышлений о конкурентах, представление точных сведений о них в извращенном свете и неэтичную критику их действий;

- косвенная дискредитация конкурентов, в том числе некорректное сравнение субъектами бизнеса своих услуг с услугами конкурентов в процессе рекламной деятельности (некорректная сравнительная реклама);

- паразитическая конкуренция (ведение дел под чужим именем), а именно паразитирование одного конкурента на репутации, конкурентных преимуществах, высоких оценках деятельности и результатов деятельности других конкурентов вследствие смешения в сознании представителей внешнего окружения недобросовестного конкурента деятельности подлинного но-

сителя деловой репутации и ложного имитатора; паразитическая конкуренция включает самовольное использование чужого товарного знака, фирменного наименования и маркировки товара, самовольное копирование товара;

- прямой и позиционный демпинг;
- введение потребителя в заблуждение относительно предлагаемых фирмой консультационных услуг, их свойств и атрибутов.

Таким образом, разработка стратегий и тактик конкурентного поведения осуществляется лишь в сегменте добросовестной конкуренции.

В **третьей** главе диссертации исследуется проблема обеспечения конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства в процессе их конкурентного позиционирования, разрабатывается классификация их конкурентных позиций.

Реализуя стратегии и тактические модели конкурентного поведения, субъекты консалтингового предпринимательства стремятся к закреплению за собой определенных позиций на рынке консалтинговых услуг. Конкурентные позиции каждого из субъектов консалтингового предпринимательства имеют относительный характер по месту действия (рынку) и выявляются в ходе сопоставления его действий и положения на рынке с действиями и положением на рынке конкурентов. Их основу составляют доли соответствующего рынка по каждому направлению, области или объекту консалтинга, которые могут иметь более или менее устойчивый, либо неустойчивый характер. Эти доли рынка являются количественным выражением реальной конкурентоспособности субъектов консалтингового предпринимательства, мерой реализованных ими конкурентных преимуществ.

Конкурентное позиционирование субъектов консалтингового предпринимательства является важнейшей стратегической их установкой в процессе конкурентного поведения. В соответствии с методикой, впервые разработан-

ной Ю.Б. Рубиным и развитой А.В. Бабошиным¹, автором проанализированы способы конкурентного позиционирования субъектов российского консалтингового предпринимательства и доказана целесообразность применения следующей классификации конкурентных позиций добросовестных участников рынка консалтинговых услуг в России. Таковыми являются:

- доминирующая конкурентная позиция по критерию узнаваемости бренда и/или устойчивости позитивной репутации;

- доминирующая конкурентная позиция в обособленном кластере субъектов консалтингового предпринимательства по критерию привлекательности корзины предложений, территориальной или иной привлекательности компании;

- подчиненная и нейтральная позиции по вышеназванным критериям;

- квазидоминирующая конкурентная позиция по конкурентному предпринимательскому ресурсу – возможна для компаний, имеющих значительный предпринимательский или менеджерский ресурс (авторитет владельцев или руководителей), но ограничена в возможностях подкрепления бренда, репутации и конкурентоспособности предоставляемых услуг;

- стартовая и финишная конкурентные позиции по элементам продуктовой линейки.

Конкурентное позиционирование субъектов консалтингового предпринимательства иллюстрируется в работе примерами из сферы ИТ-консалтинга. Данный вид консалтингового предпринимательства широко представлен в процессе решения задач, связанных с совершенствованием систем управления на основе информационных технологий. Таковыми выступают оптимизация бизнес-процессов, разработка проектов автоматизации управления,

¹ См.: Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. – М.: Маркет ДС. 2006. С.120-121; Бабошин А.В. Конкурентное позиционирование субъектов современного российского предпринимательства. М.: Московская финансово-промышленная академия. 2008. С.12-20.

внедрение ИТ-решений, эксплуатация управленческих систем, обучение пользователей в сфере ИТ.

В силу специфики услуг в сфере ИТ-консалтинга (услуга может быть индивидуально ориентированной либо стандартной) конкурентное позиционирование поставщиков профессиональных консалтинговых услуг на рынке информационных технологий обладает особенностями. Таковыми являются:

- разделение консалтинговых услуг на шаблонные (типовые) и нешаблонные (уникальные);

- преобладание комбинированного консалтинга над процессным в ходе предоставления шаблонных консалтинговых услуг;

- преобладание процессного консалтинга над комбинированным в ходе предоставления нешаблонных консалтинговых услуг.

Шаблонными являются консалтинговые услуги, которые имеют стандартизированное содержание и ориентируются на типовой спрос. Нешаблонные консалтинговые услуги всегда ориентированы на индивидуальный спрос и предоставляются консалтинговыми компаниями клиентам для решения нетиповых проблем. При оказании такой услуги субъекты консалтингового предпринимательства стремятся к созданию нетиповой модели помощи клиентам и взаимодействия с ними.

Конкурентное позиционирование субъектов консалтингового предпринимательства в области информационных технологий опирается на необходимость приобретения, удержания, усиления, либо сдачу позиций на рынке шаблонного и нешаблонного консультирования. Поэтому для обеспечения конкурентоспособности субъектов ИТ-консалтингового предпринимательства автор дополнила методику оценки уровня их конкурентоспособности, выделив соответствующие внутривидовые кластеры.

В заключении изложены результаты диссертационного исследования, сформулированы основные выводы и рекомендации.

**ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ АВТОРОМ ОПУБЛИКОВАНЫ
СЛЕДУЮЩИЕ РАБОТЫ:**

В журналах, рекомендованных ВАК:

1. Рубина Э.Ю. Рейтинг консультантов // Российское предпринимательство – 2008 - №9 – 0,35 п.л.
2. Рубина Э.Ю. Особенности услуг в области ИТ-консалтинга // Экономические науки. – 2008. – №7. – 0,40 п.л.
3. Рубина Э.Ю. Анализ рынка консалтинговых услуг за 2003 и 2006 гг.// Экономические науки. – 2008. - №7. – 0,45 п.л.

В других изданиях:

1. Рубина Э.Ю. Возможность оценки реальной и потенциальной конкурентоспособности российских консалтинговых компаний // Современная конкуренция – 2008 - №6 – 0,45 п.л.
2. Рубина Э.Ю. Конкурентоспособность консалтинговых предпринимательских фирм в Российской Федерации // Система бизнеса. /Вып. 3. / Ученые записки Московской финансово-промышленной академии.– М.: Маркет ДС, 2007. – 0,60 п.л.
3. Рубина Э.Ю. Специфические свойства шаблонной и нешаблонной консультационных услуг// Роль бизнеса в трансформации российского общества. / Вып. 1. /– М.: Маркет ДС, 2007. – 0,20 п.л.
4. Рубина Э.Ю. Консалтинговые компании и их роль в системе управления и предпринимательства// Роль бизнеса в трансформации российского общества. / Вып. 2. /– М.: Маркет ДС, 2006. – 0,30 п.л.
5. Рубина Э.Ю. Основы консультационного бизнеса// Роль бизнеса в трансформации российского общества. / Вып. 1. /– М.: Маркет ДС, 2006. – 0,20 п.л.
6. Рубина Э.Ю. Консалтинг как вид предпринимательского бизнеса //Система бизнеса. / Вып. 1. / Ученые записки Московской финансово-промышленной академии. – М.: Маркет ДС, 2005. – 0,50 п.л.

Подписано к печати 24.11.2008 г.
Формат издания 60x90/16. Бум. офс. Печать офсетная
Печ.л. 1,5.
Заказ 378. Тираж 150 экз.

*Отпечатано в ООО «Ваш полиграфический партнер»
г. Москва, Ильменский пр-д, д.1*