

Полюхович Марина Володимирівна,
аспірант кафедри менеджменту та бізнесу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

Баркова Катерина Олександрівна,
аспірант кафедри менеджменту та бізнесу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ПОХІДНА ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОНСАЛТИНГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ключові слова: світова економіка, економічна криза, фінансова політика, валютний курс, банківська система.

Keywords: global economy, economic crisis, fiscal policy, exchange rate, banking system.

Питання жорстких конкурентних умов існування в сучасному світі так чи інакше стосується будь-якої компанії. При цьому всеохоплююча глобалізація, яка поступово розмиває умовності та традиційні бар'єри, як наприклад, розташування кількох компаній однієї галузі на різних континентах чи у різних країнах, змінює правила ведення бізнесу та вимагає урахування великої кількості чинників при розробці стратегії розвитку підприємства.

Водночас для досягнення бажаного стану у майбутньому сьогодні, практично, не можливо не враховувати також посилення впливу конкурентів, зміну поведінки споживачів, досить швидкі та значні зміни характеристик товарів-субститутів та інших складових конкурентної стратегії.

Проблема вдалого поєднання конкурентної стратегії та стратегії розвитку також виникає і у компаній із сфери надання консалтингових та професійних послуг.

За результатами дослідження, проведеного у 2019 році за результатами 2018 року [4], до факторів, які найсильніше впливають на діяльність підприємств у сфері консалтингу та таких, що надають професійні послуги, можна віднести наступні: поява нових бізнес-моделей; поява пробивних технологій; суттєве посилення конкуренції; зміна поведінки споживачів; посилення непередбачуваності ринкового середовища та інші.

Встановлення пріоритетів зазначених факторів впливу, сформоване за результатами дослідження американського ринку консалтингових та професійних послуг [4; с.8] дозволяє відзначити, що:

1) найважливіший чинник – це посилення конкуренції. Що стосується як діяльності вже існуючих серйозних гравців ринку консалтингових послуг, так і появу нових компаній-конкурентів. Водночас дослідники відзначили, що саме цей чинник має значний вплив і в інших галузях діяльності компаній.

Посилення конкуренції особливо непокоїть невеликі за розмірами компанії, які провадять діяльність всередині лише однієї галузі. В якості інструменту конкурентної стратегії розвитку описаний сегмент компаній розглядають можливість здійснення угод злиття/поглинання, основною метою яких є отримання сучасних більш гнучких бізнес-моделей як конкурентних переваг. При цьому успішні великі компанії вже мають сучасні бізнес-моделі, які включають в себе такі можливості глобалізації як стратегії аутсорсингу персоналу, розміщення офісів з надання послуг у різних країнах, пошук та відбір талановитих кадрів по всьому світу та їх адаптація до існуючих організаційних структур та інше [3; с. 11];

2) майже на тому самому рівні за ступенем важливості для консалтингових компаній є посилення тиску покупців на ціни. Це в свою чергу вимагає змін у політиці формування переліку послуг, окрім тих, що вважаються традиційними, які дозволяють задовільнити попит, уникаючи при цьому конкуренції за ціною;

3) третім у рейтингу є фактор нестачі талановитих кадрів. Зважаючи на мінливість поведінки споживачів та виникнення попиту на нетрадиційні послуги змінюються вимоги до знань та навичок персоналу консультаційних компаній. В даному випадку компанії працюють у двох напрямках або наймають нових працівників, які вже володіють необхідними навичками, або вирошують професіоналів власними силами. При цьому в будь-якому випадку стержневою є концепція втримання цінних кадрів, їх об'єднання для досягнення цілей та задач підприємства, а також формування у них єдиного розуміння цінностей компанії. В даному випадку інструментом, який дозволяє вирішувати описані завдання, є організаційна культура компанії. Яка, попри те, що відома як один із вагомих факторів успіху компаній ще з 30-х років минулого століття [5; с. 203], саме зараз набуває популярності при формуванні конкурентних стратегій розвитку, оскільки дозволяє отримати стійкий результат від реалізації запланованої стратегії;

4) на четвертому місці для консалтингових компаній є зміна у каналах продажу послуг покупцям. Сучасні технології, їх доступність, розповсюдженість та простота у використанні посприяли тому, що на формування рішення покупця значний вплив мають пошукові системи Інтернет, соціальні медіаканали та інші канали, які раніше вважались нетиповими для просування послуг консалтингових компаній. Зазнали змін також способи отримання відгуків від покупців, велике значення набула робота з великими масивами даних;

5) ще одним важливим чинником, який завершую п'ятірку найвагоміших чинників, було визначено стрімкий розвиток технологій. Так, успішні компанії, практично, вимушені використовувати такі передові технології як автоматизація маркетингу та штучний інтелект. При цьому кожна окрема компанія використовує ці технології лише після їх налаштування під особливості своєї організаційної культури та специфіки послуг.

Відповідно до досліджень, проведених українськими вченими [6]: «нинішній стан розвитку українського ринку консалтингових послуг є вкрай

нестабільним...» із несформованим механізмом ринкової конкуренції. При цьому дві третини українського ринку консалтингу займає незначна за кількістю учасників група компаній. Основна конкурентна стратегія більшості українських консалтингових компаній – диференціація видів послуг, які пропонуються, – в принципі, відповідає сучасним тенденціям із формування конкурентних стратегій для розвитку підприємств. Однак виявлені дослідниками основні тенденції розвитку ринку консалтингових послуг, які представлені: формуванням попиту на послуги незалежних консультантів; збільшенням частки українських консультантів на ринку України та посиленням конкурентної боротьби – дещо відрізняються від тенденцій, описаних вище за текстом щодо діяльності міжнародних та американських компаній, і значно меншою мірою враховують вплив чинників глобалізації. Крім того, малодослідженими для України є питання «відтоку мізків» з країни, їх вплив на конкурентоспроможність вітчизняних консалтингових компаній, питання результативності заходів, які вживаються українськими консалтинговими компаніями для утримання цінних працівників, а також питання впливу організаційної культури на ефективність конкурентних стратегій підприємств-консультантів.

Непрямим чинником, який вказує на дієвість організаційної культури як інструменту отримання конкурентної переваги при формуванні конкурентної стратегії розвитку консалтингової компанії, можна вважати поняття «бар'єрів мобільності», використане українськими дослідниками у своїй праці [6]. Так, в контексті їх дослідження саме ці бар'єри дозволяють великим міжнародним компаніям, що працюють в Україні, захищати свої сегменти ринку від проникнення конкурентів в тому числі шляхом використання ділової репутації і престижу фірми. Тобто компанії-лідери українського ринку консалтингових та професійних послуг обов'язково управляють персоналом із урахуванням їх організаційної культури, яка, імовірно, дозволяє їм в більшості випадків як уникати конкуренції за ціною, так і приваблювати та утримувати талановитих кадрів.

Таким чином, аналіз чинників, які впливають на формування конкурентної стратегії розвитку консалтингових підприємств, як наслідок дії глобалізації, дозволяє визначити, що врахування організаційної культури стає однією із важливих умов отримання ефективної та успішної стратегії. Водночас, для українського ринку консалтингових та професійних послуг зазначений фактор ще не є достатньо дослідженим.

Список використаних джерел

1. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 454 с.
2. Бейч Э. Консалтинговый бизнес: основы профессионализма / Элейн Бейч ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 272 с.

3. Cairo G. R. Trends in Strategic Consulting in the face of Globalization// University of Milan-Bicocca: Emerging Issues in Management, n. 1, 2007. – p.10 – 15.
4. 2019 High Growth Study: Executive Summary. Published by Hinge Research Institute. – 38 pages. – Source: https://hingemarketing.com/library/format/research_studies
5. Теорія організації. Навч. посіб. / О. М. Марченко, Л. М. Томаневич, Львів. держ. ун-т внутрішніх справ.– Львів: Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2015.– 359 с.
6. Ковальська К.В., Пастушенко Р.М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у контексті посткризового періоду в Україні.// «Молодий вчений» - № 8 (60) - серпень, 2018 р.
7. Галушкова О.О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні. // Управління розвитком, №1 (164), 2014. – с. 111-114. - http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Uproz_2014_1_47.pdf
8. Мацумото Д. Психология и культура. 1-е изд.СПб. : Питер, 2003. 720 с.
9. Шейн Є. Организационная культура и лидерство/ Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб: Питер, 2002. — 336 с.
10. Kapoor V. Impact of Globalization on Human Resource Management. The Journal of International Management Studies. 2/2011. Source - <http://www.jimsjournal.org/6%20Bhushan%20Kapoor.pdf>