СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 3 |
| 1 Теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью организаций | 6 |
| 1.1 Экономическое содержание и факторы конкурентоспособности организации | 6 |
| 1.2 Стратегии достижения конкурентоспособности организации | 12 |
| 1.3 Методы конкурентного анализа | 17 |
| 2 Анализ конкурентоспособности ООО «БК-Интел» на рынке консалтинговых услуг | 24 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия | 24 |
| 2.2 Анализ рынка консалтинговых услуг | 31 |
| 2.3 Оценка факторов конкурентоспособности предприятия | 41 |
| 3 Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособного развития ООО «БК-Интел»  | 54 |
| 3.1. Предлагаемые мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия | 54 |
| 3.2 Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий | 60 |
| Заключение | 64 |
| Список использованных источников | 67 |

ВВЕДЕНИЕ

В современной экономике компаниям необходимо постоянно приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды, таким как появление новых технологий, рост потребностей клиентов. Чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, компаниям нужно развиваться, масштабироваться и искать новые возможности для роста и финансовой устойчивости. С усложнением рыночных условий, роста массива информации делать это силами внутрикорпоративных ресурсов становится сложно, поэтому увеличивается спрос на услуги консалтинговых компаний. Наряду с этим, сами консалтинговые компании подвержены изменениям в цифровой экономике.

На конкурентоспособность консалтинговой компании влияют факторы материального и нематериального характера. Консалтинговая услуга после выхода на рынок начинает постепенно расходовать свой потенциал, поэтому компаниям необходимо постоянно разрабатывать и добавлять новшества, отталкиваясь от достигнутого уровня и внедряя успешные практики отрасли в свою деятельность.

Актуальность исследования данной темы обусловлена процессами, происходящими в сфере консалтинговых услуг: увеличение спроса, в том числе со стороны среднего бизнеса, уход зарубежных компаний-лидеров рынка и переориентация компаний-заказчиков на российские консалтинговые фирмы. Повышение сложности задач заказчиков, уровень конкуренции, быстрая изменчивость спроса в разных сегментах сказывается на росте требований к компаниям, оказывающим эти услуги. Цифровая трансформация оказывает влияние не только на возможность предоставления новых услуг, но и на возможности расширения спектра маркетинговых инструментов.

Вышеуказанные обстоятельства обусловили выбор объекта, предмета, цели и задач исследования.

Целью работы является разработка предложений по повышению конкурентоспособности консалтинговой компании.

Объектом исследования выступает консалтинговое предприятие ООО «БК-Интел».

Предмет исследования – экономические отношения по поводу повышения конкурентоспособности консалтингового предприятия ООО «БК-Интел».

Для достижения указанной цели в выпускной квалификационной работе (ВКР) поставлены следующие задачи:

– изучить теоретические и методические аспекты управления конкурентоспособностью консалтинговых компаний;

– провести анализ организационной структуры, основных финансово – экономических показателей и факторов конкурентоспособности предприятия ООО «БК-Интел» на рынке консалтинговых услуг;

– разработать рекомендации, направленные на укрепление конкурентных позиций предприятия ООО «БК-Интел» и оценить их эффективность.

Теоретической базой исследования послужили основные положения теории конкуренции, теории экономики предприятий и организации производства, теории организации отраслевых рынков, концепции человеческого капитала.

Методической основой работы послужили общенаучные методы познания, метод комплексного финансово - экономического анализа, методы экспертных оценок, статистические и графические методы анализа.

Информационной основной работы явились нормативно-правовые документы, статистические и аналитические отчеты, научные статьи, монографии, система СПАРК-Интерфакс, eLIBRARY, другие данные из электронных источников (Интернет) и периодических изданий, личные наблюдения автора, полученные им в период прохождения преддипломной практики.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в возможности использования его результатов консалтинговыми компаниями при совершенствовании управления конкурентоспособностью.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав основной части, заключения, списка использованной литературы.

Во введении обоснована актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы, определена цель исследования, описаны задачи, объект и предмет работы; рассмотрены методические, теоретические, информационные основы исследования. В первой главе исследовано понятие конкурентоспособности как экономической категории, определено ее значение и систематизированы факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности организаций; рассмотрены стратегические аспекты управления конкурентоспособностью и систематизированы методологические подходы к анализу и оценке уровня конкурентоспособности организаций. Вторая глава аналитическая, в ней представлена организационно-экономическая характеристика ООО «БК-Интел», представлен краткий анализ рынка консалтинговых услуг и проведена оценка конкурентоспособности организации. В третьей главе разработаны предложения по укреплению конкурентных позиций ООО «БК-Интел» и доказана их экономическая эффективность. В заключении сформулированы выводы: представлены основные результаты проведенного исследования, сформулированы рекомендации по совершенствованию управления конкурентоспособностью ООО «БК-Интел».

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИЙ

1.1 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Под конкурентоспособностью можно понимать совокупность факторов, которые помогают компании достигать успеха, а, следовательно, и конкурентного преимущества. Конкурентоспособность услуг тесно связана с качеством их выполнения, что особенно важно для консалтинга, где оказываемая услуга влияет на принимаемые компанией управленческие решения.

Конкуренция присутствует на всех рынках, она заставляет компании находить новые пути решения проблем, заниматься системой качества и снижать себестоимость, при этом повышая выручку. Это характерно для любого бизнеса, не только для консалтинга, поэтому со стороны потребителей маркетинговые исследования помогают компании проанализировать свою позицию на рынке и понять в каком направлении надо двигаться и какие решения принимать.

Конкурентоспособность компании – это «экономический, организационный, научно-технический потенциал фирмы, обеспечивающий возможность удерживать или расширять занимаемую долю рынка в условиях конкуренции» [14]. Конкурентоспособность складывается из материальных и нематериальных факторов. К первым можно отнести финансово-экономические показатели деятельности компании: выручка, ликвидность, производительность, ко второй группе относятся такие факторы, как имидж фирмы, репутация, известность среди потребителей.