

Кененбаева Г.А.

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ
В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

G.A. Kenenbaeva

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF CONSULTING
SERVICES IN THE KYRGYZ REPUBLIC**

УДК: 33:002.46

Одной из проблем, ограничивающих развитие консалтинга, является недостаточность теоретической базы, отсутствие научно-исследовательских и практических разработок, необходимых консалтинговым компаниям для организации и развития своей деятельности на рынке. В этой связи возрастает значение изучения специфики и возможных направлений консультирования, разработки комплекса маркетинговых решений для развития рынка консалтинговых услуг.

Ключевые слова: консалтинг, рынок консалтинговых услуг, экономическое развитие, региональный уровень.

One of the problems limiting development consulting failure is a theoretical framework, the absence of research and practical developments needed for consulting companies and organizations develop their activities in the market. In this context, increasing the importance of studying the specificity and possible directions for counseling, developing a set of marketing solutions for market development consulting services.

Keywords: consulting, market consulting services, economic development, regional level.

Усложнение экономических процессов на современном этапе модернизации, вызвало необходимость передачи в товарной форме знаний, опыта и методов управленческого труда в самостоятельную сферу экономических отношений, что в свою очередь способствовало образованию национальных и международных рынков консалтинговых услуг. Сфера услуг является быстро развивающимся сектором современной экономики. Развивающийся рынок потребовал сначала создания, а потом и расширения сферы профессиональных услуг.

По мнению экономистов, наиболее существенные изменения на рынке услуг связаны с трансформацией спроса на консалтинговые услуги, потребность в которых становится все более осознаваемой, в практике многих стран консалтинговые услуги представляют собой важный фактор эффективного функционирования и развития субъектов хозяйствования в условиях рыночных отношений [1].

Способность предприятий быстро меняться в обстановке стремительно развивающегося рынка – одно из главных условий успешного развития бизнеса. Для сохранения своей жизнеспособности предприятия вынуждены постоянно эволюционировать, перестраиваться, внедрять новые технологии, что требует немалых усилий, знаний и умений, которые в наше время являются основным

источником конкурентного преимущества, отмечают ученые экономисты [1,2].

По мнению казахских экономистов, консалтинг играет важную роль в деле распространения норм передового опыта в деловой среде и в этом смысле внедряет научный подход в практическую деятельность общества. Консультант, как правило, не занимается фундаментальными исследованиями и не проводит общеобразовательной деятельности, но он обеспечивает передачу научно описанных, и порою нормативно установленных, профессиональных стандартов деятельности до практического сознания деловой и политической элиты.

Как показало исследование рынка, эффективность услуг, предоставляемых консалтинговыми компаниями начинает оказывать все большее влияние на развитие малого и среднего бизнеса и в целом экономики республики. Консалтинг в Кыргызстане становится особой индустрией, бизнесом. Консалтинговая отрасль играет особую роль в развитии современных предприятий, деятельность которых тесно связана с потребностями в бизнес консультациях. Рынок консалтинговых услуг – это динамично развивающееся направление современной экономики республики.

Рынок консалтинговых услуг за последние 10 лет вырос более чем в 5 раз и его объем в Кыргызской Республике составил 1 566 млн. сомов в 2012 году. При этом в Кыргызской Республике на долю международных консалтинговых компаний приходится около 50 % рынка. Рынок больше развивается в ширь, чем в глубину. По сравнению с 2009 годом в 2012 году число консалтинговых фирм увеличилось на 26,1%. По экспертным оценкам в стране присутствуют около 300 различных фирм и организаций, которые продекларировали деятельность в этой области [7].

Согласно опубликованным данным, рынок консалтинга развивается узконаправленно, в основном по ИТ, юридическим, финансовым направлениям консалтинга, тренинги. Первые три вида консалтинга занимают свыше 70% рынка (в денежном выражении). В секторах по разработке и проведению корпоративных тренингов, маркетинга, юридических и сельскохозяйственных консультаций работают около 40% от общего числа консалтинговых организаций. Наиболее многочисленными являются компании, предоставляющие сельскохозяйственные консультации, средняя численность которых составляет 36,4 человек. Наименьшую среднюю

численность имеют организации, предоставляющие услуги по инвестиционному проектированию – 8,3 человека. При этом результаты данного исследования показывают, что в целом в Кыргызской Республике практически отсутствуют крупные местные фирмы, численность штата последних в лучшем случае достигает 15-20 специалистов, регулярно работающих по договорам. В целом рынок консалтинга будет развиваться, и зависеть от таких факторов, как развитие самого бизнеса в стране, как важнейшего потребителя консалтинговых услуг, а также деятельности международных организаций и потребностей государственных структур, которые совершенствуются в рамках международных проектов [7].

Необходимо учесть то, что постоянно появляются новые участники рынка и новые направления оказания профессиональных услуг. Это вызвано тем, что здесь играет важную роль один из главных экономических принципов «спрос рождает предложение». Последние достижения в области информационных технологий, появление глобальных информационных сетей изменили представления о границах деятельности предприятий, о технологии производства и ведения бизнеса. Насыщение традиционных рынков товаров требует поиска новых подходов к потребителю. В связи с этим значительно увеличивается спрос на услуги консультантов со стороны различных предприятий, что обуславливает необходимость определения для консалтинговых компаний методов взаимодействия с клиентами, учитывая их особенности и ориентируясь на их потребности [6].

Как отмечают ученые экономисты в своих исследованиях, рынок консалтинга в последнее десятилетие является одним из самых быстро-развивающихся в мире, он в настоящее время остается малоизученным. Не раскрыты специфические вопросы, касающиеся развития рынка консалтинговых услуг: сущность и направления консультирования, возможности роста спроса на услуги консультантов, особенности и содержание маркетинга в консалтинге [1,5].

По нашему мнению, компании, стремясь остаться конкурентоспособными, вынуждены перестраиваться, однако у фирм и организаций не всегда хватает внутренних ресурсов для своевременного и адекватного реагирования на происходящие изменения. В этой, весьма непростой, ситуации нужна помощь консультанта или компании, специализирующейся на предоставлении консалтинговых услуг, с помощью которых предприятия смогут выйти на новые рынки, улучшить свою деятельность и качество продукции, снизить производственные расходы, найти доступ к финансированию, а так же планировать будущее бизнеса.

«Основным источником кадров для рынка консалтинговых услуг в пору начального развития стали научно-исследовательские институты и

высшие учебные заведения. Переход на фактическое самообеспечение подтолкнул специалистов покинуть свое место работы и заняться предоставлением частных услуг, которые в большинстве случаев проходили в форме тренингов и семинаров. При этом независимые консультанты, в силу повышения отдачи от своих услуг и в случаях больших и трудоемких проектов, старались поддерживать связь друг с другом. Эти союзы часто выливались в создание совместного бизнеса, который имел явные преимущества перед индивидуальными консультантами в силу более широкого спектра оказываемых услуг», отмечают в своих исследованиях российские ученые экономисты [4].

Несмотря на появление частного бизнеса, который, безусловно, хотел развиваться, и консультантов, способных помочь осуществить это развитие с наименьшими потерями, качественно-высокого спроса на данный вид услуг все же не было. Из основных причин, по которым бизнес не желал обращаться к консультантам, можно обозначить две. К первой можно отнести отсутствие или недостаток самих консультантов в таких сферах как маркетинг, финансы, менеджмент. Вторая причина, самая распространенная – искреннее непонимание смысла консультационных услуг.

Общее у двух приведенных в пример причин – отсутствие элементарной культуры ведения бизнеса, принципами которой успешно пользовались в странах с развитой рыночной экономикой. Некоторым компаниям удалось сохранить стабильность на протяжении длительного срока по нескольким причинам. Во-первых, им удалось избежать корпоративных потрясений, подкосивших многих из партнеров, конкурентов, которые работали на этом рынке. В то же время внутри консалтинговых компаний происходит существенная ротация, позволяющая усиливать менеджмент на более интересных и перспективных направлениях. Во-вторых, изначально многие компании создавались как диверсифицированная компания, которая занимается многими видами бизнеса – это бизнес-обучение, информационные технологии, консалтинг, аудит, оценочная деятельность. Кроме того, за счет такой диверсификации, им удается успешно аккумулировать и затем распространять по компаниям всевозможные инновации – будь то новые методики, подходы к разработке программных продуктов или же новые подходы к управлению компаниями [3].

Если охарактеризовать уровень конкуренции на рынке на сегодняшний день, то можно отметить то, что некоторые компании работают одновременно на разных рынках, существенно различающихся между собой. Невозможно сравнивать уровень конкуренции на рынке образовательных услуг, и ситуацию на рынке аудиторских и оценочных услуг. Но, вместе с тем, для всех этих рынков характерно ужесточение конкуренции, которая имеет свои корни. Во-первых,

существенно изменился спрос на консалтинговые услуги. Во многом это произошло из-за того, что стали другими потребители, а именно – руководители предприятий. Зачастую современные руководители процветающих предприятий имеют за плечами не только солидное российское или зарубежное образование, но и значительный опыт успешной работы в зарубежных компаниях. И сегодня, в большинстве случаев, руководители, приглашающие консультантов, могут четко сформулировать, что именно они хотят от консультантов, какие проблемы они планируют с их помощью

решить, а зачастую – и самостоятельно сформулировать, в чем проблема самого предприятия. Еще чуть меньше 10 лет назад такая ситуация была редкостью, сейчас – это практика.

Как показывает исследование проведенная Программой BASEBPP большую долю в потенциальном рынке консалтинговых компаний занимают организации малого и среднего бизнеса, которые относятся к таким видам деятельности, как обрабатывающая промышленность, торговля и строительство (Рис.1).

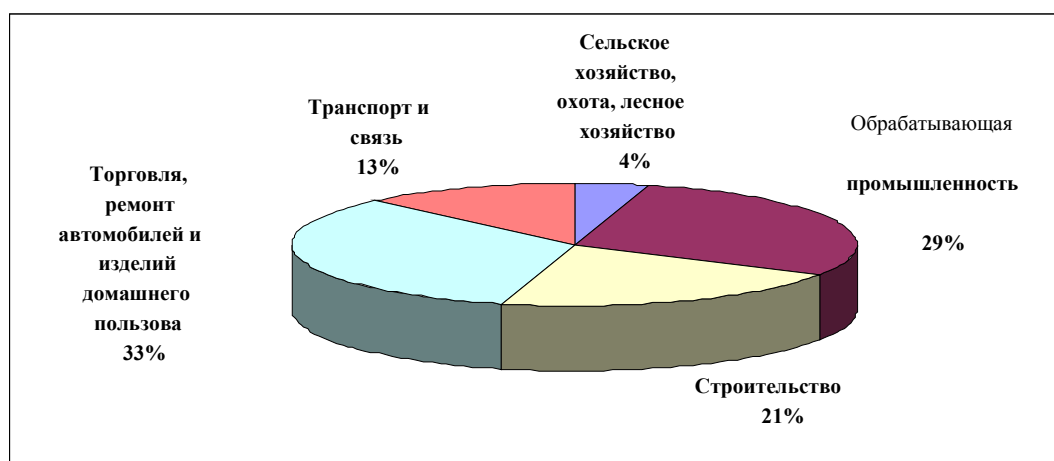


Рис. 1. Структура потенциального рынка консалтинговых услуг по видам деятельности компаний.

С другой стороны, на рынке резко изменилась ситуация с предложением консалтинговых услуг. Помимо компаний-лидеров, имеющих многолетнюю положительную репутацию на рынке и предоставляющих исключительно качественные услуги, но – по достаточно высоким ценам, появился слой компаний, оказывающих, в принципе, те же услуги, но уже по более низким ценам. Задача выбора стоит уже перед самим заказчиком: качество или экономия. Но нужно помнить о том, что качественный консалтинг не может быть очень быстрым и дешевым.

По нашему мнению рынок консалтинга в последнее десятилетие является одним из самых быстроразвивающихся в мире, в Кыргызстане он в настоящее время остается малоизученным. Не раскрыты специфические вопросы, касающиеся развития рынка консалтинговых услуг: сущность и направления консультирования, возможности роста спроса на услуги консультантов, особенности и содержание маркетинга в консалтинге. Одной из проблем, ограничивающих развитие консалтинга, является недостаток или отсутствие информации по ключевым показателям сегментов рынка консалтинговых услуг: размер и емкость рынка, тенденции спроса и развития и т.д. В то же время рынок консалтинговых услуг в Кыргызстане является достаточно раздробленным и малоструктурированным. Консалтинг по-прежнему ориентирован в

первую очередь на крупные компании. Консультанты предпочитают работать над большими проектами.

«Консалтинг – штучный продукт. Консалтинговые услуги для небольших компаний оказывают в основном также небольшие консалтинговые компании и независимые консультанты. Поэтому первое требование, которое предъявляют понимающие заказчики, заключается в том, что консультант должен иметь права и обязанности, должен обязательно отвечать за результаты своего труда» [7].

Согласно опубликованным исследованиям малый и средний бизнес сейчас представляет собой быстрорастущий сектор консалтинга, на который начинают ориентироваться многие консультанты. Для этих предприятий характерен спрос, прежде всего, на консалтинг в определенной предметной области (финансы, логистика, продажи, 1С Бухгалтерия, автоматизация производства и т.п.), наиболее активно развиваются направления организационного и стратегического консалтинга. Работа с клиентами среднего бизнеса имеет свои особенности, заключающиеся в том, что консультант должен иметь наработанные технологии и опробованные отраслевые решения, наличие которых дает возможность сократить стоимость и сроки проекта.

Постоянная смена экономических условий, приоритетов, направлений движения привела к тому, что не только сами хозяйственники, но и, зачастую, консультанты не могли правильно выбрать систему дальнейшего развития. Довольно долгое время консалтинговые услуги в Кыргызстане сводились лишь к аудиторским услугам. Причем основной задачей была не оптимизация бизнеса, а возможность использования несовершенной законодательной базы. Обратите внимание: использовались не стратегии эффективного хозяйствования, а ошибки и недоработки в законах.

Не секрет, что чаще всего к услугам консультантам прибегают компании, дошедшие до определенной точки развития. Вот и сейчас насытившись стандартными "софтом и железом", клиент требует грамотно отлаженную под его бизнес процессы информационную систему, позволяющую выйти на другой, более высокий, сложный (как часто говорят – международный) уровень развития. Стоит отметить, что динамичное развитие крупного бизнеса и распространение комплексных решений в сфере управленческого и ИТ-консалтинга происходит в условиях дефицита квалифицированных специалистов [4].

Наряду с этим сделан вывод о том, что развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства является важной задачей, как государства, так и всего общества в целом. Однако в действительности, средние и малые предприниматели сталки-

ваются с множеством нерешенных проблем, что, так или иначе, тормозит развитие и процветание данной сферы хозяйствования. Одной из которых, является предоставление высокопрофессиональных и качественных консультационных услуг, потребность в которых возникает у предпринимателя на различных этапах ведения бизнеса.

Литература:

1. Зильберман, М. Настольная книга консультанта. издательство ПИТЕР, Москва-Санкт-Петербург, 2007.
2. Консалтинг в России: введение в профессиональные методы работы. Практическое пособие / Под.ред. А.П.Посадского. - М.:Джангл, 1998.
3. Липпит, Г. Липпит. Р. Консалтинговый процесс в действии. Взаимоотношение клиента и консультанта. Издательство ПИТЕР, Москва-Санкт-Петербург, 2007
4. Блок, П. Консалтинг без потерь. Взгляд на профессию консультанта и ее особенности: подводные камни при взаимодействии с клиентом, роли и личность консультанта при выполнении проекта и его личностный потенциал. Издательство ПИТЕР, Москва-Санкт-Петербург, 2007.
5. Бейч Элейн. Консалтинговый бизнес. Основы профессионализма. Издательство ПИТЕР, Москва-Санкт-Петербург, 2007.
6. Шейн Элейн. Процесс консалтинга. Фокус на процессном консультировании. Соответствующие требования к консультанту. Издательство ПИТЕР, Москва-Санкт-Петербург, 2008.
7. Изучение рынка консалтинговых услуг в Кыргызстане. Программа BASEBRD, Бишкек, 2012.

Рецензент: к.э.н., доцент Бекбоева М.А.