

Ya.N. Moroz, A.D. Kunitsyna

CURRENT GLOBAL TRENDS OF CONSULTING MARKET DEVELOPMENT

Yana Moroz – candidate for a Master’s Degree, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg; e-mail: irina_ltd@mail.ru.

Alexandra Kunitsyna – candidate for a Master’s Degree, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg; e-mail: irina_ltd@mail.ru.

We focus on the theoretical foundations of the consulting services development, the essence of consulting, its geographical and sectoral distribution. We also study the development of consulting services market and reveal the trends both abroad and in Russia.

Keywords: consulting; revenue’s structure; competitive advantage; development strategies; sector affiliation.

Я.Н. Мороз, А.Д. Куницына

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Яна Николаевна Мороз – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург; e-mail: irina_ltd@mail.ru.

Александра Денисовна Куницына – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург; e-mail: irina_ltd@mail.ru.

Рассматриваются теоретические основы развития консалтинговых услуг, сущность консалтинга, его географическое и отраслевое распределение. Также исследуется развитие рынка консалтинговых услуг, выявляются тенденции его развития за рубежом и в России.

Ключевые слова: консалтинг; структура выручки; конкурентное преимущество; стратегии развития; отраслевая принадлежность.

Формирование и становление такого явления, как консалтинг началось в XX веке, в период нового этапа индустриального развития, когда предприятия активно исследовали более эффективные подходы к управлению. У крупных компаний обнаружился недостаток необходимых данных, информации, знаний и навыков, которые помогли бы улучшить производственные процессы. В этот момент и появились первопроходцы в области консалтинга, такие как Гаррингтон Эмерсон, Фредерик Тейлор и Артур Д. Литтл, которые славились своими работами в сфере научной организации труда и эффективности производства. А уже в 1914 году Эдвин Буз основал первую в мире консалтинго-

вую компанию – «Booz Allen Hamilton».

Сам процесс внешнего консалтинга представляет собой управленческое консультирование по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, юридической, технологической, технической деятельности, которое предоставляют специалисты для решения той или иной проблемы.

Уже в XX веке появилась мысль о том, что очень важно развивать и структурировать консалтинговые услуги, что и стало толчком к появлению в 1913 г. Международной федерации инженеров-консультантов со штаб-квартирой в Лозанне (Швейцария). На данный момент существует огромное количество национальных и международных ассоциаций

консультантов, одной из основных целей которых является формирование стандартов управленческого консультирования.

Общее понятие «консалтинга» можно сформулировать так – это помощь, которую предлагают компаниям внешние консультанты для решения разного рода проблем в их деятельности. Таким образом, основной целью консалтинга является повышение управления компанией, увеличение производительности деятельности компании в целом и улучшение индивидуальной производительности труда каждого работника.

Говоря о географическом расположении консалтинговых фирм, можно отметить, что первенство занимает Северная Америка, на долю которой приходится 46% доходов от рассматриваемых услуг, следующий по масштабам регион – ЕМЕА (Европа, Ближний Восток, Африка) – здесь выручка от услуг составляет 39%, 11% принадлежит Азии и менее 4% – Южной Америке [14].

Важным моментом является то, что консалтинговые фирмы стараются концентрироваться в конкретном отдельном регионе и ориентируются на долгосрочные отношения со своими клиентами. Со всем небольшая часть компаний действует по всему миру. Так, у 320 из 380 компаний большая часть продаж осуществляется в домашнем регионе – обычно это почти 80% – Европейский союз, НАФТА или Азия [15]. На основании этого можно сделать вывод о том, что крупные влиятельные мировые фирмы являются региональными по степени проникновения на рынки, по глубине и ширине обхвата.

Для большей наглядности различий зарубежных и российских консалтинговых фирм стоит выделить некоторые плюсы и минусы рынков консалтинговых услуг. Среди сильных сторон зарубежных представителей являются:

- 1) хорошо сформированный процесс управления проектами;
- 2) использование различных методов и наличие практического опыта работы в разных странах;
- 3) большой авторитет у международного сообщества.

Сильные качества компаний на российском рынке:

- 1) четкое понимание приоритетов на местном рынке и кросс-культурных особенностей страны;
- 2) небольшой перечень направленности консалтинга, что дает лучшую практическую направленность (до операционного уровня);
- 3) более лояльное и гибкое отношение к клиентам;
- 4) невысокие цены.

Недостатки иностранных компаний:

- 1) несоответствие уровня квалификации сотрудников авторитету компании;
- 2) практически отсутствие гибкости в отношениях с клиентами, непринятие во внимание его специфичности.

Недостатки российских компаний:

- 1) слабые наработки, небольшой опыт в управлении проектами;
- 2) невысокий уровень развития на международном рынке и небольшой объем опыта и знаний;
- 3) отсутствие авторитета российского бренда.

От помощи квалифицированных специалистов компании получают положительный эффект. Так, по данным Совета по антикризисным программам, только в России за последние несколько лет благодаря обращению к консультантам без дополнительного финансирования ситуация улучшилась для 75% предприятий; не изменилась – для 20% [3].

Уже длительный промежуток времени ИТ-консалтинг пользуется большим спросом. На него приходится большая часть выручки участников рэнкинга. Только в 2016 году на эту сферу пришлось 64%: частные предприятия и государственные заказчики вместе принесли компаниям рэнкинга 53,27 млрд рублей: 13,64 – управленческий консалтинг и 39,63 – консалтинг в рамках разработки и системной интеграции [10].

Одним из популярных видов консалтинга является управленческий консалтинг. Почти 50% всего мирового рынка приходится на долю США. Помимо этого, в наше время существует огромное количество компаний, которые предоставляют

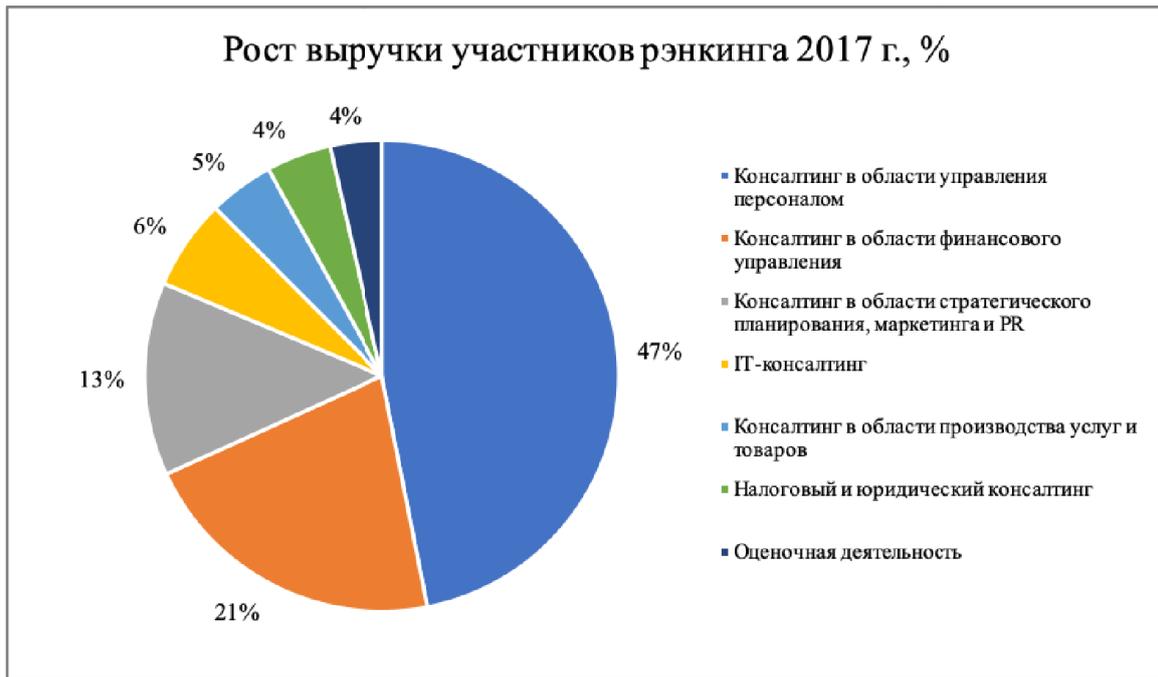


Рис. 1. Темпы роста выручки участников рэнкинга за 2017 год (%)

Источник: [10].



* без учета выручки компаний PwC, КПМГ, «ФинЭкспертиза», «Аудит-Оптим-К»

Рис. 2. Структура выручки участников рэнкинга по итогам 2017 года (%)

Источник: [10].

свои услуги только в определенных направлениях. Например, одна из крупных международных консалтинговых компаний «SH&E» («Simat Helliesen & Eichner»), на счету которой организация нескольких проектов в странах СНГ, работает только на авиапредприятиях. Сфера авиабизнеса как одно из главных направлений консалтинга присутствует не только в этой организации, а еще в таких,

как английская «Атлас Проджект Менеджмент» (Atlas Project Management) и российско-ирландская «Авиа Интернэшнл Лимитед» (Avia International Ltd), большинство клиентов которых – это авиапредприятия бывших союзных республик.

В последнее время наблюдается переориентация деятельности компаний консалтинга на мелкий и средний бизнес, вызванная конкуренцией в этой сфере. Так-

же наблюдается уклон на региональное расширение бизнеса больших консалтинговых компаний, особенно международных.

Европейский рынок консалтинговых услуг растет с меньшей скоростью, чем мировой, его ожидаемый рост –3,7% [8]. Наиболее перспективными эксперты считают Венгрию, Польшу, Балканские страны и Россию.

Если рассматривать консалтинг на примере России, большую часть рынка российского консалтинга, а именно 60%, составляют зарубежные корпорации, многие из которых скрывают свои финансовые итоги в России. Они являются отдельным ценовым сегментом для 5–7 крупных российских компаний [9].

Впрочем, в России существует и развивается крупный и прогрессивный конкурентный рынок консалтинговых компаний: их количество насчитывает более 3 тысяч. Из всего этого огромного количества компаний только 150 организаций можно выделить как «топовые» консалтинговые компании, которые могут идти наравне с зарубежными корпорациями по численности персонала, выручке и эффективности. Около 80% дохода приносят

консалтинговые компании Центрального федерального округа, но рост активней у региональных фирм. Наибольший вклад в общий объем выручки вносит ИТ-консалтинг – около 40%, объем дохода от стратегического планирования составляет около 12%, что сравнимо с западным уровнем [6].

Итак, можно выделить несколько общих тенденций развития консалтингового рынка:

1. Привлечение нескольких консультантов. Такой вариант возможен в рамках реализации одной компанией большого проекта. Для лучшего результата привлекают специалистов узкого профиля на каждом этапе проекта.

2. Внедрение современных технологий. Эта тенденция все больше набирает обороты и не только в консалтинговой сфере, расширяя свои масштабы.

3. Приоритет здравоохранения. Здесь сохраняется тенденция вертикального развития. Данный сегмент оценивается в 175 млрд долл. США [9]. Рост области здравоохранения может повлиять на увеличение консультантов в этой сфере.

4. Создание новых форм консультации. Это становится возможным благода-



Рис. 3. Состав рынка российского консалтинга, %

Источник: [12].

ря информационной и технологической революции. Например, компания «Wikistart» считает себя первым в мире краудсорсинговым консультантом, работающим через онлайн-платформу.

Анализируя сущностные характеристики консалтинга, мы видим результаты консалтинговой деятельности в экономических процессах и его значимость для получения конкурентоспособных качеств товара или услуги.

Полученные от консультанта знания ведут к трансформации модели ведения операций, используя которые предприятие может сделать качественный скачок в результатах и повышение образовательного потенциала работников.

Спрос на услуги консультантов в среде международных экономических отношений стабильно растет, для компаний это означает возможность конкурентных преимуществ при использовании высоких технологий и современных методов управления. Консалтинг становится определяющим показателем в мировой экономике.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аренс Т., Аск У., Баретта А. [и др.]*. Практика управленческого учета. Опыт европейских компаний. Минск: Новое знание. М., 2015. 416 с.
2. *Березной А.В.* Мировая индустрия управленческого консалтинга на пороге XXI века // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 9. С. 3–14.
3. *Блинов А. О., Дресвянников В.А.* Управленческое консультирование. URL: <https://investopenbest.ru/44/pravovoj-centr-konsaltinga-i-investicij-6/> (дата обращения: 22.04.2019).
4. *Грабельных Т.И., Толстикова А.В.* Консалтинг в России: от истории до инновационных практик. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2012. 145 с.
5. *Грабоздин Ю.П.* Сущность и специфика консультационных услуг // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. № 2 (29). С. 74–80.
6. *Ефремов В.С.* Управленческий консалтинг как бизнес // Менеджмент в России и за рубежом. 2007. Июль-август. С. 70–79.
7. *Макхэм К.* Управленческий консалтинг. М.: Дело и сервис, 2003.
8. Информационный сайт «Sherpa Business Consulting». URL: <http://www.sherpaconsulting.ru/> (дата обращения: 22.04.2019).
9. *Масленникова А.Ю.* Развитие управленческого консалтинга как вида предпринимательской деятельности в России на примере (УрФО) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-upravlencheskogo-konsaltinga-kak-vida-predprinimatelskoj-deyatelnosti-v-rossii-na-primere-urfo/> (дата обращения: 22.04.2019).
10. Рейтинговое агентство «Expert»: [сайт]. URL: <https://raexpert.ru/ratings/consulting/2016/> (дата обращения: 22.04.2019).
11. *Смирнова Н.Ю.* Консалтинг для предпринимателя // Предприниматель без образования юридического лица (ПБОЮЛ). 2007. № 4. С. 62.
12. *Сурма И.В.* Экономический механизм консалтинговых услуг в корпоративных стратегиях ТНК: дис. ... канд. экон. наук. М., 2011.
13. *Шевченко С.Г.* В зоне турбулентности. Российские консультационные компании в условиях глобального кризиса. М.: Юниправэкс, 2010.
14. *O'Mahoney J., Markham C.* Management Consultancy. Second Edition. Oxford: Oxford University Press, 2013. P. 19.
15. *Rugman A.* A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises // J. of International Business Studies. 2004. № 35. P. 3–18.