

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІТЧИЗНЯНОГО КОНСАЛТИНГОВОГО БІЗНЕСУ В ПЕРІОД КРИЗИ

О. В. БОНДАР, кандидат економічних наук

(Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі, м. Київ)

Анотація. Розглянуто та проаналізовано сутність проблем, із якими зіштовхуються консалтингові компанії на вітчизняному нестабільному (турбулентному) ринку послуг і їх конкурентоспроможність з іноземними представниками. Зроблено висновок про напрями потенційного розвитку консалтингового бізнесу в Україні.

Ключові слова: розвиток, консалтинг, бізнес, криза, перспективи.

Проблеми українських підприємців не менше різноманітні, ніж у їх західних колег. Ринок консалтингових послуг пропонує їм практично весь спектр послуг, врахований міжнародними класифікаторами, хоча тільки якості цих послуг залишається бажати кращої.

Ринок консалтингових послуг хаотичний. Часто фірми, що займаються консалтингом у широкому значенні цього слова, навіть не припускають цього, а фірми, що називаються консалтинговими, не мають уявлення про консалтинг узагалі. В нашій нестабільній економіці спостерігається певне переплетення консалтингових послуг і інших видів професійних послуг, які не завжди відразу можна зарахувати до консалтингових.

Консалтингові послуги, що надаються в Україні, дещо відрізняються від світових. Найперед це зумовлено менталітетом держави та специфічним ставленням до ведення бізнесу взагалі. Український консалтинг має свої особливості, свої критерії і специфічні ознаки.

Протягом останніх років на українському ринку оперує велика кількість закордонних консалтингових компаній, які надають свої послуги українському споживачеві. Перед вітчизняними компаніями постає питання: послугами якої консалтингової компанії краще скористатися – іноземної чи української? Говорячи про ставлення самих клієнтів до західних консалтингових фірм, не можна не згадати два найбільш розповсюджених серед

керівників підприємств міфу про іноземних консультантів:

- Вони (закордонні консалтингові фірми) не намагаються, а точніше не можуть розібратися в нашій українській дійсності, нав'язують свої типові рішення, виходячи з досвіду діяльності на інших ринках, що не приносить достатнього ефекту.

- Наймаючи західну консалтингову фірму, українське підприємство одержує стовідсоткову гарантію успіху.

Ці висловлення є взаємовиключними, що є цілком припустимо. Корені таких фраз варто шукати в чийомусь позитивному (або негативному) досвіді співробітництва із західними фірмами. З огляду на це, зробимо такі висновки:

- Західна консалтингова фірма – це не панацея від усіх лих.

- Накладки, помилки, прорахунки існують у роботі будь-якого консультанта, незалежно від країни «народження».

- Безумовно, одні фірми гірше, інші краще розбираються в українських традиціях і умовах ведення бізнесу.

- Можливо, що суми гонорару за виконану роботу не завжди відповідають обсягу.

Відмінність українських консультантів з управління від західних консультантів полягає у такому:

1. Рівень професіоналізму.

Західні консультанти мають професійну освіту і постійно накопичують досвід і обмінюються їм на відповідних семінарах і конференціях. Проте у них немає великого досвіду роботи в Україні з своїми ментальними особливостями. Є велика наукова і методологічна база, а також необмежений доступ до літератури. Українські консультанти рідко мають професійну освіту (зарубіжні курси, семінари, стажування) і значний досвід. Проте вони краще розуміють проблеми українських підприємств і їх керівників.

2. Економічна результативність і ринкова цінність.

Західні консультанти більш чітко усвідомлюють значення і потенційний позитивний економічний ефект, який може дати їх професійна діяльність. Вони розглядають відносини «консультант – клієнт» об'єктивно. Українські консультанти проявляють менше впевненості в тому, як можна оцінити результати їх діяльності для організацій. Бачення ними взаєностосунків консультанта і клієнта більш суб'єктивно і засновано на пріоритеті людських цінностей над економічною доцільністю.

3. Процеси зміни і управління.

У змішаному культурному середовищі західні консультанти проявляють українську нормативну поведінку. Українські консультанти, що мають часом освіту й досвід у психології, демонструють поведінку, орієнтовану на персонал, більш м'яке, гнучке і емпатичне. Оскільки західні клієнти більш схильні віддавати управління в руки консультанту, дії західних консультантів варіюються від «м'яких» до вкрай «жорстких». Українські компанії менш схильні віддавати контроль у чужі руки, тому дії українських консультантів часто обмежуються тренінгами і супроводом процесу.

4. Роль формальних взаєностосунків.

Українські консультанти використовують систему особистих відносин для доступу в організацію і подальшого спілкування в ній. Вони розглядають консультування як спосіб життя і можуть поширювати відносини з клієнтами в інші сфери професійних і особистих взаєностосунків. Західні консультанти більш жорстко прив'язані до формальних встанов-

лень і норм поведінки. Вони розглядають консультування тільки як професію, якій потрібно займатися в робочий час. Відносини «консультант – клієнт» обмежуються, зазвичай, терміном дії контракту.

5. Позитивне мислення і емоції.

Західне ділове середовище і ділове мислення є більш оптимістичним, орієнтованим на дію й ініціативу. В українських консультантів більше емоційно орієнтованої поведінки, рефлексії і менше прагматичного підходу до професійних проблем.

Говорити про відсутність ринку консалтингових послуг в Україні – це м'яко кажучи, неправильно. Є фірми, що заробляють гроші (і чималі) на ниві консультаційних послуг. Але спроби контактів з метою формування професійного середовища, мають розрізнений характер. Люди хочуть «іти в тінь». Можливі причини криються у страху конкуренції, або дуже високій самооцінці.

Противагою тут може бути збагачення професійного інструментарію за допомогою різних форм спілкування фахівців. Але прагнення до такого спілкування найчастіше немає. І пов'язано це, очевидно, з особливостями нашої інформаційної культури. Якщо на Заході розвинуті інформаційні структури дозволяють одержати доступ практично до будь-якої потрібної інформації, то в нас цей процес української важкий для реалізації. Тому власники будь-якої кошовної інформації, будь-яких знань, які можна використати для отримання доходу, не схильні ділитися ними з навколишніми, а, навпаки, прагнуть до монополізації цієї інтелектуальної власності. У нашому діловому світі існують «неформальні» інформаційні канали, що не мають нічого загального ні з діловою пресою, ні з мережею Інтернет.

Цікаво, що й у самих консультантів немає концепції маркетингу власної діяльності і «неформальні» інформаційні канали грають напевно чи не головну роль у встановленні контактів із клієнтами. Інакше кажучи, «умови гри» приймаються.

Оскільки, що таке консалтинг, точно сказати може невелика кількість спеціалістів (те саме можна сказати і про термін «керування виробництвом»), попит на послуги консуль-

тантів некваліфікований. Проблема консультант-клієнтських взаємин – нездатність керівника підприємства сформулювати задачу. Тобто, зрозуміло, що проблема є. Знизився попит на продукцію, потрібно «нормалізувати» оподатковування, відсутні засоби на розвиток і т. д.

Але все це лише наслідки причини, про яку керівник взагалі може не підозрювати, тому що дивиться на проблему зі своєї «ями», користаючись тим запасом знань і навичок, які він має. Ще одна особливість нашої інформаційної культури: наші керівники – найчастіше прекрасні фахівці-технологи, але не мають чіткого уявлення про власне управлінські дисципліни. Та й не може одна людина бути фахівцем одночасно з бухобліку, психології, маркетингу й інформаційних систем.

Вибираючи собі консультанта, необхідно хоча б приблизно уявляти, який обсяг і види робіт доведеться йому виконувати. Система «чим дешевше – тим краще» тут навряд або доречно і багато чого, при виборі майбутнього фахівця, залежить від керуючого. Залучення закордонних консалтингових фірм не завжди виправдане – можливо, що з подібною робо-

тою справиться й українська фірма. Отже, є надія що саме в період кризи та кон'юнктурних змін у вітчизняній економіці українські консалтингові компанії зможуть скласти гідну конкуренцію закордонним компаніям, довівши, що професіоналізм і компетентність не має національного окрасу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Амоша О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності національної економіки / Амоша О. // Зовнішня торгівля: право та економіка. – К. : УАЗТ, 2002. – С. 83–88.
2. Бірюков Л. В. Консалтинг в Україні / Бірюков Л. В., Маргуліс В. Г. – К., 2007. – 62 с.
3. Блинов А. О. Управленческий консалтинг корпоративных организаций / Блинов А. О., Бутырин Г. Н., Добренёва Е. В. – М. : Викар, 2010. – 192 с.
4. Кацал І. Влучний удар / Кацал І. // Консалтинг. – 2006. – № 5 (22). – С. 12–16.
5. Козаченко С. В. Консалтинг у сучасній ринковій економіці / Козаченко С. В., Новицький В. Є., Довгий О. С. – К. : Арістей, 2006. – 380 с.

О. В. Бондарь, кандидат экономических наук (Украинский государственный университет финансов и международной торговли, г. Киев). **Проблемы развития и перспективы отечественного консалтингового бизнеса в период кризиса.**

Аннотация. Рассмотрена и проанализирована сущность проблем, с которыми сталкиваются консалтинговые компании на отечественном нестабильном (турбулентном) рынке услуг и их конкурентоспособность с иностранными представителями. Таким образом, сделан вывод относительно направлений потенциального развития консалтингового бизнеса в Украине.

Ключевые слова: развитие, консалтинг, бизнес, кризис, перспективы.

O. V. Bondar, Cand. Econ. Sci., associate professor (Ukrainian State University of Finance and International Trade, Kyiv). **Problems and prospects of domestic consulting business during the crisis.**

Summary. Reviewed and analyzed the essence of the problems faced by consulting companies in the domestic unstable (turbulent) market and their competitiveness with foreign representatives. Thus, the conclusion made regarding directions of potencial development of consulting business in Ukraine.

Keywords: development, consulting, business, crisis, prospects.