

**Асхабова И.А., студентка,
Магомедова З.О., к.э.н., доцент кафедры
«Экономический анализ и статистика»,
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»,
г. Махачкала, Россия**

О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Рынки консалтинговых услуг демонстрируют различную динамику. В России полным ходом идет модернизация экономики. На международном уровне она становится все более конкурентоспособной. И она действительно стремится продолжить реинтеграцию в мировую экономику уже в качестве полноправного рыночного конкурента.

Общий рост экономики страны неизбежно тянет за собой и рынок аудиторских услуг, а динамичный рост среднего бизнеса и его желание привлекать дополнительные финансовые ресурсы, объединяться и, как следствие, быть более прозрачным также являются причиной востребованности аудита. Основная задача консалтинга заключается в анализе, обосновании перспектив развития и использования научно-технических и организационно-экономических решений с учётом предметной области и проблем клиента. [1]

Консалтинг представляет собой деятельность специальных компаний, которая заключается в консультировании производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов экономики, финансов, внешнеэкономических связей, создания и регистрации фирм, исследования и прогнозирования рынка товаров и услуг, инноваций. Отдельные консалтинговые компании могут выбирать те или иные услуги и специализироваться непосредственно на них.

Рынок консалтинговых услуг в последнее годы является одним из самых быстро развивающихся рынков в мире. Его рост составляет 15 - 20% в

год, что 2 - 3 раза превышает темпы роста рынка продовольственных товаров. [2]

Тенденции развития аудита в России таковы, что тон на рынке аудиторских и консалтинговых услуг задают помимо компаний «большой четверки» представительства крупных международных аудиторских компаний. «Большой четверкой» (Big Four) называют четыре крупнейшие в мире компании, предоставляющие аудиторские и консалтинговые услуги: Pricewaterhouse-Coopers, Deloitte, Ernst&Young, KPMG. [1]

Наиболее заметными тенденциями на российском рынке является усиление конкуренции на данном рынке, проблема демпинга, увеличение потребности в оказании услуг по МСФО и.т.д.

В настоящее время можно назвать три ярко выраженных типа российских компаний.

К первому типу относятся компании, которые созданы для обслуживания одного основного клиента. Создание таких организаций проводится по инициативе руководства холдинговых структур, и в большей степени их можно назвать структурно-выделенными и обособленными от основного бизнеса подразделениями, которые, тем не менее, обладают определенной свободой. Например, у них существует теоретическая возможность консультировать и других клиентов.

Экономическое положение подобных компаний полностью зависит от их отношений со стратегическим клиентом.

Следствием этого является отсутствие у них какой-либо маркетинговой стратегии и ориентация только на выполнение заказов, поступающих от основного клиента.

Примером являются компании, занимающиеся торговлей «готовыми фирмами», либо компании по сопровождению получения определенного вида лицензий.

Компании второго типа, как правило, выполняют техническую работу и по сути своей консалтинговыми, в классическом понимании, не являются.

Скорее, это компании, продающие определенного рода технологии.

Прибыль от продаж у таких компаний низкая вследствие высокой конкуренции и посредственности самих услуг. Качество услуг и уровень сервиса низкие. У таких компаний, как и у компаний первого типа, отсутствует долгосрочная маркетинговая стратегия. Объясняется это низкой квалификацией менеджеров, узкой специализацией компаний и их сильной зависимостью от спроса на технологию.

К третьему типу относятся классические консалтинговые компании. Отличие данных компаний от компаний первых двух типов заключается:

- в ориентации на определенный рынок;
- осмыслении подходов в выборе клиентов; наличии ценовой политики; методов работы с клиентами; технологии продаж;
- высоком качестве сервисных услуг;
- в уровне требований к качеству самих услуг;
- наличии принципов оказания услуг и стремлении к их строгому соблюдению и.т.д.

Как правило, это компании широкой специализации, ориентированные на формирование солидного клиентского портфеля, и заинтересованные в выращивании брендов. Их менеджеры делают все возможное для того, чтобы оказывать услуги максимально высокого качества, однако получается это далеко не всегда в силу и объективных, и субъективных причин. [2]

Развитие рынка консалтинговых услуг в России связано, прежде всего с экономической обстановкой. Благоприятные изменения в экономике неизбежно тянут за собой и рынок консалтинговых услуг, а динамичный рост среднего бизнеса и его желание привлекать дополнительные финансовые ресурсы, объединяться и, как следствие, быть более прозрачным также являются причиной востребованности консалтинга. [3]

Литература:

1. Герасимова Ю.В. Тенденции развития аудиторских и консалтинговых услуг в России и регионе – сайт: <http://law.admtyumen.ru>

2. Трушина О.О. Консалтинговый бизнес в России - сайт: <http://www.coolreferat.com/>

3. Обзор рынка консалтинговых услуг для государственного сектора – сайт: <http://www.raexpert.ru/ratings/consulting/gos-consulting/>

4. Султанов Г.С., Султанова Э.А. Особенности формирования стратегии промышленного предприятия // Вестник Дагестанского государственного университета. 2009. № 5. С. 148-153.

5. Бабаева З.Ш., Рабаданова Ж.Б. Экономическая диагностика в анализе и управлении эффективностью производства.//Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2011. № 6. С. 87-89.