

Смирнова Л.В. Тенденции развития российского рынка консалтинговых услуг [Электронный ресурс] // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования: Научный интернет-журнал. 2012. – № 5(9). Режим доступа http://iea.gostinfo.ru/files/2012_05/2012_05_10.pdf

УДК 338.46

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Смирнова Л.В., доцент кафедры «Общественные финансы и кредитование» ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления», соискатель ФГУП «Российский научно-технический центр информации по стандартизации, метрологии и оценке соответствия», кандидат экономических наук, доцент, г. Москва

В статье рассмотрены основные тенденции развития российского рынка консалтинговых услуг. Установлены базовые институциональные факторы функционирования рынка консалтинговых услуг, включая ограниченную рациональность, оппортунизм агентов и интерспецифичность активов. Показано, что высокая степень информационной асимметрии рынка консалтинговых услуг обусловила преобладание услуг ИТ-консалтинга, чьи результаты являются наиболее наглядными. Выявлено недостаточное развитие услуг социогуманитарного консалтинга.

Ключевые слова: консалтинг, услуги, информационная асимметрия, рынок, транспарентность.

UDC 338.46

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN MARKET OF CONSULTING SERVICE

Smirnova L.V., docent at «Public Finance and Credit» Department of FBGOU VPO «State University of Management», applicant at FSUE «Russian Science and Technology Center for Information on Standardization, Metrology and Conformity assessment», candidate of economics sciences, docent, Moscow

The main trends in the development of the Russian market of consulting services. Set basic institutional factors functioning market of consulting services, including bounded rationality, opportunism it agents and inter specificity of assets. It is shown that a high degree of information asymmetry has led the consulting services market dominance of IT consulting services, whose results are most visible. Found insufficient development consulting services sociohumanitarian.

http://iea.gostinfo.ru/files/2012_05/2012_05_10.pdf

Keywords: consulting, services , information asymmetries , market, transparency.

Безграничный потенциал роста рынка разнообразных услуг, в особенности – консалтинговых, почти не связанных теми сырьевыми ограничениями, которые ограничивают рост реального сектора экономики, заставляя говорить о переходе от «экономики роста» к «экономике сохранения уровня», сдерживается «неидеальностью» реальной экономики с присущими ей транзакционными издержками, аналогичными, по мысли О. Уильямсона [1], процессам трения в физических системах.

О. Уильямсон показывает, что тремя основными факторами, влияющими на особенности контрактов на различных рынках, являются наличие ограниченной рациональности, оппортунизма и интерспецифичности активов.

Под ограниченной рациональностью подразумевается тот факт, что экономические агенты в момент принятия решения не обладают всей полнотой информации; при этом они сознают свое частичное неведение и вырабатывают определенные меры по минимизации его негативных последствий. Если рассматривать рынок услуг, то очевидно, что для большинства видов услуг характерна достаточно высокая степень нехватки информации. Особенно высокая степень неопределенности характерна для консалтинговых услуг, заключающихся в получении потребителем нужной информации от поставщика услуги, что иллюстрируется известным «фундаментальным парадоксом информации» К. Эрроу: потребитель не может оценить ценность информации до ее использования, а после (бесплатного пробного) использования ему уже нет смысла платить за нее. Кроме того, для индивидуально ориентированной информации как товара характерна особенно высокая степень информационной асимметрии, ужесточающая «парадокс К. Эрроу».

Это объясняется тем, что в случае генерализованной информации потребитель может проверить ее качество с помощью отзывов других потребителей, а когда речь идет об информации, продуцируемой адресно для конкретного потребителя, то потребитель в своем прогнозе ее качества может полагаться лишь на общее представление о качестве провайдера консалтинговых услуг и свое доверие к нему, в то время как провайдер обладает исчерпывающим знанием о качестве предлагаемой пользователю информации. Таким образом, можно констатировать особенно высокую асимметричность информации в области консалтинговых услуг.

Следует выделить несколько аспектов асимметричности информации о качестве консалтинговых услуг.

Во-первых, это аспект, связанный с фактом дефицита самой информации (например, если консалтинговая услуга является новой, редко оказываемой, а ее провайдер неизвестен или не предоставляет о себе достаточно информации).

Во-вторых, это когнитивный аспект – способность потребителя правильно интерпретировать информацию о качестве услуги. Очевидно, что на рынках консалтинговых услуг почти всегда существует «когнитивная асимметрия» – потребитель хочет в ходе оказания консалтинговых услуг получить информацию в областях, в которых сам недостаточно компетентен.

Соответственно, он самостоятельно не обладает и возможностью отличить качественную консалтинговую услугу от некачественной, во всяком случае, до завершения тех процессов, которые обслуживаются консалтинговой услугой. Более того, ввиду многофакторной детерминированности данных процессов, их уникальности (отсутствия у потребителя возможности «переиграть» принятое решение, основываясь на информации от другого провайдера консалтинговых услуг) в ряде случаев полной и всесторонней информации об их качестве потребитель не получит никогда. Преодоление когнитивной асимметрии невозможно для индивидуального потребителя, но возможно путем их объединения в

ассоциации с привлечением экспертов, что, однако, ставит вопрос о качестве экспертного знания в стране.

В-третьих, это аспект доверия к предоставляемой провайдером информации и, в более общем плане, оценки отсутствия у него склонности к оппортунизму. Проблемы, связанные с доверительным аспектом асимметричности информации о качестве услуг, тесно связаны с накоплением социального капитала в обществе.

Доверие к контрагенту может быть социально-институциональным, обусловленным доверием к институтам, дающим свою оценку качества контрагента, и личностным, обусловленным собственными сведениями о контрагенте или же сведениями, полученными от личных знакомых в рамках частносоциальных сетей.

Соответственно трем данным аспектам информационной асимметрии между клиентом и провайдером консалтинговых услуг можно выделить и три аспекта посреднической деятельности по снижению асимметрии.

Первому аспекту – дефициту информации как таковой – соответствует роль посредника – распространителя информации. Второму аспекту – когнитивной асимметрии – роль эксперта-толкователя. Третьему аспекту – асимметрии информации в области намерений провайдера услуг – роль удостоверяющего центра.

Фактически данные аспекты могут реализовываться изолированно друг от друга или же комплексно. При этом проблема доверия остается фундаментальной не только для третьего аспекта (информация о склонности контрагента к оппортунизму), но и для второго аспекта (экспертные толкования специальной информации о качестве консалтинговых услуг), поскольку, если потребитель не является специалистом в предметной области и не может понять специальную информацию, предлагаемую провайдером консалтинговых услуг для обоснованного выбора услуги, то он не может и проверить правильность интерпретации данной информации,

предлагаемой «независимым» экспертом, и вынужден полагаться на свое доверие эксперту.

Указанные теоретические предпосылки объясняют фактическую динамику развития консалтинговых услуг в России в 2011 году.

В целом данный год характеризовался послекризисным восстановлением рынка: общая сумма выручки 150 крупнейших консалтинговых групп возросла на 21%, превысив 103 млрд. рублей. Рост оборотов и доходов характерен для 85% участников рынка [2].

Однако детальный анализ отраслевой структуры консалтинга показывает преобладание ИТ-консалтинга, как следует из таблицы 1, в десятке крупнейших компаний они занимают первые 4 места. Это объясняется тем обстоятельством, что ИТ-консалтинг в настоящее время представляет собой комплексную услугу, в рамках которой, кроме консультаций, производится и непосредственная реализация советов, а результат вполне осязаем, что снижает информационную асимметрию рынка. В то же время бурный рост переживает сегмент управления персоналом – суммарная выручка консалтинговых групп из числа 150 крупнейших, полученная от услуг HR-консалтинга, за прошлый год увеличилась на 40% и составила 2,82 млрд. рублей.

«По словам Генерального директора компании «ЭКОПСИ Консалтинг» Павла Безручко, в области обучения и развития персонала усилился спрос на комплексные программы развития руководителей: «Они делятся от года до двух лет и не сводятся лишь к тренингам. Помимо обучения навыкам, проводимого тренером «в классе», программы включают в себя интенсивный обмен опытом – мастер-классы руководителей компании и сторонних экспертов, практические задания «в поле», оценку на входе и выходе из программы. В области оценки персонала все большее распространение получают запросы на автоматизированные методы (Web@ssessment), управленческие кейс-тесты и тесты профкомпетенций».

При этом лидеры направления отмечают уменьшение количества запросов на классические HR-услуги – создание управленческих компетенций и процедур управления по целям, разработку систем премирования. Клиент все чаще делает это самостоятельно».

Однако HR-консалтинг по-прежнему является единственным видом «социогуманитарно» ориентированного консалтинга, нацеленного непосредственно на людей.

Таблица 1

Отечественные хозяйствующие субъекты, имеющие наибольший суммарный объем выручки от оказания консалтинговых услуг в 2011 году

Место по итогам 2011 года	Консалтинговая группа	Местоположение центрального офиса	Суммарная выручка от консалтинговых услуг за 2011 год (тыс. руб.)	Приrost выручки за год (%)	Число специалистов-консультантов за 2011 год	Выручка на одного специалиста (тыс. руб.)
1.	IBS	Москва	13 787 904	32,8	4 000	3 447
2.	ЛАНИТ	Москва	9 558 016	22,9	1 115	8 572
3.	КРОК	Москва	5 934 095	32,3	1 355	4 379
4.	«Компьюлинк Групп»	Москва	5 925 348	25	853	6 946
5.	PwC	Москва	4 022 802	12,4	827	4 864
6.	КПМГ	Москва	3 658 343	38,6	835	4 381
7.	«Интерком-аудит»	Москва	3 367 676	н. д.	1 100	3 062
8.	«Ай-Теко»	Москва	3 025 100	1,6	600	5 042
9.	BDO	Москва	2 980 411	11,6	775	3 846
10.	Энерджи Консалтинг	Москва	2 555 555	8,5	701	3 646

В то же время еще слабо развиты различные другие виды социогуманитарного консалтинга, такие как:

1) социогуманитарный консалтинг по реализации государственно-частного партнерства и социальной политики, развитию социокультурной среды;

2) социогуманитарный консалтинг в области совершенствования нормативно-правового обеспечения деятельности органов социальной сферы;

3) социогуманитарный консалтинг в области анализа деятельности учреждений социальной сферы, разработки и реализации стратегии ее реинжиниринга;

4) социогуманитарный консалтинг в области адаптации информационных систем и технологий к потребностям социальной сферы;

5) социогуманитарный консалтинг в области различных социально-информационных услуг, нацеленный как на помощь их потребителям в выборе оптимального провайдера услуг, оценке его деятельности, контроле качества, так и на помощь провайдерам услуг в области формирования и реализации эффективных клиентских предложений на высококонкурентном рынке, повышения степени потребительского доверия.

Список использованных источников и литературы

1. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. – СПб.: Лениздат; CEV Press, 1996.

2. Ханферян В. Снова в строю [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2012/15/snova-v-stroyu/>

© Л.В. Смирнова, 2012