

ИНСТИТУТ КОНСАЛТИНГА И ЕГО РАЗВИТИЕ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мрочковский Н.С.

ООО «ФинансКонсалтинг» (127549, Москва, ул. Бибиревская, дом 8/1), vip@ultrasales.ru

Дано новое определение консалтинга как экономической категории и как вида специализированной экономической деятельности, которому присущ ряд характеристик: обеспечение клиента дополнительным капиталом, технологизация знаний, капитализация знаний, инновационность, предпринимательский характер, междисциплинарность, знаниевый капитал как основной капитал. Раскрывается экономическое содержание категории консалтинга как института рыночной экономики. Разработана комплексная модель института, на основе которой анализируется состояние института консалтинга в российской экономике. Раскрыта роль института консалтинга в экономике для экономических агентов. Определены особенности состояния института консалтинга в России: несформированный спрос на консалтинг со стороны малого и среднего бизнеса, выявлены его основные недостатки: слабость нормативно-правовой базы; отсутствие системы воспроизводства профессиональных кадров консалтинга, неразработанность алгоритмов и стандартов консалтинга, проблемы взаимодействия с клиентами и организации консалтингового бизнеса.

Ключевые слова: консалтинг, институт, нормы, правила, трансакционные издержки, малый и средний бизнес.

INSTITUTE FOR CONSULTING AND ITS DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN ECONOMY

Mrochkovsky N.S.

Finance Consulting ltd, (127549, Moscow, Bibirevskaya street, house 8/1, vip@ultrasales.ru)

There is a new definition of consulting as an economic category and as a specialized economic activity in this paper. Consulting as a specialized economic activity has a number of characteristics: providing a client with additional capital, technologization of knowledge, the capitalization of knowledge, innovation, entrepreneurial character, knowledge capital as capital assets. Consulting is analyzed as an economic category and as a market economy Institute. A comprehensive model of the Institute developed. The condition of the Institute of consulting in the Russian economy is analyzed on the basis of which analyses. The role of the Institute consulting in the economy for economic agents is considered. The peculiarities of the status of the Institute of consulting in Russia are specified. There are immature demand for consulting services by small and medium-sized businesses, the weakness of legal framework; lack of system for reproduction of professional personnel consulting, lack of development of algorithms and standards of consulting, the problem of interaction with clients and organization of the consulting business.

Keywords: consulting, development, intellectual capital, inter-firm cooperation, partnerships, the competitiveness of small and medium business, survey.

Введение

В научной и учебной литературе консалтинг рассматривается в основном как услуга, или как элемент менеджмента, и не рассматривается с точки зрения экономических отношений. В работах консалтинг рассматривается, прежде всего, как инструмент управления [1].

Автор рассматривает консалтинг как экономическую категорию, отражающую экономические отношения по поводу специализированного вида экономической деятельности, а также как институт рыночной экономики. Ранее автором детально анализировался вопрос о роли консалтинга в обеспечении конкурентоспособности малого и среднего бизнеса [4]. На основе подхода к нематериальным факторам как ведущим факторам

конкурентоспособности в экономике, основанной на знаниях [3], была показана роль консалтинга в создании конкурентных преимуществ для малого и среднего бизнеса. На основе анализа позиционирования компаний в цепочке создания ценности [5] консалтинг рассмотрен как фактор, обеспечивающий развитие партнерства и сетевых форм взаимодействия, прогрессивность которых обоснована в [6]. Взгляд на консалтинг как на институт был высказан в [2]. Однако следует более детально рассмотреть, имеет ли консалтинг основания для того, чтобы рассматриваться как институт, какие именно черты института проявляются в консалтинге, и что следует из похода к консалтингу как к институту для теории и практики консалтинговой деятельности. Этим вопросам посвящена данная работа.

Роль консалтинга раскрывается в работе через функции, которые он выполняет в современной экономике. Автор рассматривает консалтинг как институт рыночной экономики, назначение которого состоит в снижении транзакционных издержек экономических агентов на поиск информации и решение управленческих проблем, а также другие функции института консалтинга.

Понятие и структура экономического института

За основу модели института, предложенной автором, взяты подходы к понятию института в работах Д. Норта, Дж. Серла, Э. Остром. Экономические институты по Норту – это «придуманные людьми ограничения, которые структурируют взаимодействия людей. Их составляют формальные ограничения (правила, законы, конституции), неформальные ограничения (социальные нормы, условности и принятые для себя кодексы поведения) и механизмы принуждения к их исполнению. В совокупности они определяют структуру стимулов в обществах и их экономиках» [7]. «Институт представляет собой систему конститутивных правил вида «X считается Y в контексте C», где Y приписывается статусная функция». Главная роль институтов и смысл их существования, по Серлу, не просто в ограничении действий людей, а скорее в создании новых отношений власти и влияния. Согласно Серлу, «Как только институт устоялся, он порождает структуры, отвечающие за создание институциональных фактов» [9].

По Э. Остром правила, входящие в состав института, определяют: 1) возможные позиции, или роли, участников; 2) порядок занятия и оставления участниками этих позиций; 3) действия, которые сотрудники организации, занимающие те или иные позиции, могут, должны и не должны предпринимать; 4) результаты, которых участники, занимающие те или иные позиции, могут, должны и не должны добиваться [8]. На основе этих подходов разработана схематическая модель института, которая включает четыре уровня элементов.

Верхний уровень – нормативный, включает правила и принуждения к их соблюдению (enforcement):

- правила, предписывающие определенное поведение в определенных ситуациях;
- нормы поведения, ставшие общепризнанными для определенных ситуаций;
- система стимулов, как негативного характера, предусматривающих наказание, так и позитивного характера (вознаграждение).

Средний уровень (слева) – организационный, обеспечивает воспроизводство правил и норм и включает следующие элементы:

- система контрактов, определяющая участников отношений, и характер взаимоотношений между ними;
- структуры, отвечающие за соблюдение созданных порядков (принуждение);
- система обучения, передающая правила и нормы поведения, предписываемые в рамках института.

Средний уровень (справа) – социальный, включает:

- статусы (статусные функции) – приписываемое определенным людям или объектам значение, обусловленное их принадлежностью к институту;
- роли (позиции), которые выполняются индивидами или объектами в рамках принадлежности к данному институту;
- порядок занятия и оставления участниками этих позиций.

Нижний уровень – экономический, определяет:

- результаты, которых участники института могут, должны и не должны добиваться при оперировании своими ограниченными ресурсами;
- действия, которые участники института в соответствии со своими ролями (позициями) могут, должны и не должны предпринимать.

Становление института является положительным (прогрессивным) явлением, поскольку институты выполняют следующие функции:

1. Обеспечивают предсказуемость результатов определенных действий с точки зрения социальной реакции на эти действия. Институт консалтинга должен давать положительные результаты для экономических субъектов и экономики в целом.
2. Обеспечивают снижение транзакционных издержек рыночного взаимодействия.
3. Обеспечивает наследование правил и норм. Институты наследуются благодаря присущему им процессу обучения. Соответственно должна быть налажена система подготовки консультантов, их профессионализации и т.д.
4. Обеспечение свободы и безопасности рыночных агентов, в том числе с помощью консалтинга.

Роль института консалтинга в экономике.

Положительный результат института консалтинга связан с тем, что любой институт снижает транзакционные издержки, такие например, как издержки рыночного взаимодействия с клиентами и поставщиками, издержки поиска информации, издержки оппортунистического поведения.

Консалтинг обеспечивает снижение транзакционных издержек клиентов в следующих направлениях:

- 1) снижение затрат на поиск важной рыночной информации. К ней можно отнести информацию о правовых и экономических обоснованиях сделок, информацию о способах и приемах повышения прибыли, о маркетинговой деятельности и других сторонах предпринимательской деятельности. Указанные виды информации могут быть включены в состав фирмы в виде подразделений, отвечающих за указанные вопросы, или приобретены на рынке в виде консалтинга. Чем больше развита консалтинговая деятельность, конкуренция на рынке консалтинга, тем более разветвленной и дифференцированной становятся консалтинговые продукты и более доступными их цены;
- 2) снижение затрат на защиту прав собственности. Необходимость преодоления оппортунизма и защита интересов собственника составляет один из весомых видов транзакционных издержек. Консалтинговые услуги/продукты, ориентированные на обеспечение защиты собственности от увода, сохранение устойчивого производства и реализации, создание франчайзингового бизнеса помогают снизить затраты защиты прав собственности;
- 3) снижение затрат измерения качества работы персонала, продукции, технологий, снижение которых должно обеспечиваться консалтингом;
- 4) снижение затрат на поиск поставщиков и покупателей;
- 5) снижение издержек оппортунистического поведения: отлынивания и вымогательства персонала и контрагентов фирмы. Консалтинговые услуги/продукты должны совершенствовать методы управления персоналом, методы проверки работы персонала, организационную структуру фирмы и др. Консалтинг представляет собой специализированную деятельность, которая направлена на решение, прежде всего, типичных проблем бизнеса, индивидуализированных для конкретных клиентов, в силу чего консалтинг становится рыночным институтом, снижающим индивидуальные издержки на решение рыночных задач. Само наличие типовых решений снижает издержки их индивидуальных решений. В каждом случае экономический агент самостоятельно решает, что дешевле – самому решать проблему, или обратиться к консалтингу. Задачей консалтинга является

повышение результативности работы клиента, возмещение клиентом затрат на консалтинг за счет роста доходов фирмы и получение клиентом дополнительной прибыли.

Современное состояние института консалтинга в России

Рассмотрим состояние института консалтинга в соответствии с предложенной схемой.

1. Правила. Законодательная база, регулирующая консалтинговую деятельность, в Российской Федерации до сих пор не создана; консалтинг регулируется ограниченным количеством документов. Это Гражданский кодекс, регулирующий все договорные сделки гражданско-правового характера (глава 39) и ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятельности), который относит консалтинговые услуги к п.74.1 – Деятельность в области права, бухгалтерского учета и аудита; консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием. Остальные регламентирующие документы носят ведомственный характер.

2. Нормы ведения консалтинга и поведения консультанта не выработаны и не сформулированы в каких-то стандартах или регламентах, нет единых профессиональных стандартов и этических норм.

3. Стимулы и способы принуждения к выполнению норм носят общеправовой характер. Поскольку нормы консалтинга не выработаны, не формализованы, это отражается в существующем среди бизнесменов недоверии к консалтингу; опасении в утечке и корыстном использовании информации, что сдерживает развитие спроса на консалтинг.

4. Структуры, отвечающие за соблюдение норм и правил консалтинга **и контракты** регулируются общим Гражданским законодательством.

5. Порядок занятия и оставления участниками **позиции** консультанта практически не регламентируется, поскольку нет механизма сертификации консультантов. Позицию консультанта может занять практически каждый желающий, не требуется даже подтверждение общего или специального образования, что также не способствует росту доверия к институту консалтинга.

6. Статус консультантов и механизм его получения. В отличие от позиции консультанта, статус консультанта – это общественное признание, выраженное в популярности консультанта (фирмы или индивида), и проявляющееся в общественном положении или оплате консалтинговых услуг. Статус консультанта зарабатывается следующими способами:

1. Публикации в авторитетных журналах, деловой прессе.
2. Публикация книг, особенно в авторитетных издательствах.
3. Участие в экспертизах различных проектов.
4. Участие в научных и инновационных площадках, ТВ-передачах.
5. Участие в профессиональных организациях.
6. Информирование об успешных проектах и успехах клиентов.
- 7.

Положительные отзывы клиентов. 8. Академические успехи консультантов (награды, звания, степени).

7. Роли, выполняемые консультантами, разнообразны, они выполняют: роль помощника в решении проблем предприятия, роль исследователя, научно-просветительную роль – консультант распространяет современные знания о методах, дающих выигрыш в конкуренции, передовой опыт, посредническая роль, обучающая роль: консультант повышает квалификацию руководителей и сотрудников через передачу новых знаний и формирование передовых навыков управления без отрыва от бизнеса; роль наставника, который своим авторитетом помогает снизить затраты на принятие решений; роль воспитателя при решении проблем личной эффективности, персональном консалтинге руководителя, обучении персонала.

8. Действия, которые участники института консалтинга могут, должны и не должны предпринимать. Гражданский кодекс и ряд общих законов регламентируют поведение консультанта, который должен обеспечивать коммерческую тайну, интересы клиента, соблюдение договоров. Он не должен использовать полученные инсайдерские сведения в личных корыстных целях, не должен способствовать недобросовестной конкуренции.

В то же время особенности консалтинговой деятельности, имеющей признаки «рынка лимонов», могут рождать противоречия, связанные с возможностью консультанта скрывать часть необходимой информации, представлять информацию в нужном для себя свете, даже искажать ее. Все эти действия характерны для рынка с асимметричной информацией. Механизмом снижения информационной асимметрии является гласность и развитие института консалтинга, в том числе формирование правовой базы и профессиональных ассоциаций.

9. Профессиональная группа специалистов по консалтингу только формируется, поскольку нет системы обучения и воспроизводства кадров консультантов, нет системы сертификации консультантов, системы государственной аттестации.

10. Система подготовки специалистов по консалтингу только формируется, прежде всего, в рамках практического обучения в компаниях.

11. Система структур, устанавливающих стандарты и механизм сертификации консультантов, имеется лишь в лице нескольких негосударственных организаций и ассоциаций консалтинга. Однако профессиональные объединения охватывают небольшую часть консультантов. В силу этого не развита сертификация, у консультантов нет системы обмена профессиональным опытом, системы взаимопомощи и обмена знаниями.

Заключение

Общий вывод состоит в том, что в целом происходит развитие рынка консалтинга и процесс институционализации консалтинга. Основные недостатки института консалтинга: отсутствие системы норм и регламентов консалтинга, системы воспроизводства профессиональных кадров консалтинга, слабость или даже полное отсутствие нормативно-правовой базы.

Список литературы

1. Василенок В.Л., Шапиро Н.А. Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект // Финансы и кредит. – 2006. – № 23. – С. 80-83.
2. Грабельных Т.И., Толстикова А.В. Консалтинг в России: от истории до инновационных практик. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2012. – 145 с.
3. Калюжнова Н.Я. Конкурентоспособность в новой экономике. – Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 2004. – 165 с.
4. Калюжнова Н.Я., Мрочковский Н.С. Роль консалтинга в развитии малого и среднего предпринимательства // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 6 (часть 5). – С. 1204-1209. – URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10000926 (дата обращения: 26.06.2013).
5. Калюжнова Н.Я., Юдаев А.В. Анализ позиционирования компаний на фармацевтическом рынке на основе цепочки создания ценности // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2009. – Т. 40. – № 4. – С. 93-100.
6. Калюжнова Н.Я. Организация отраслевых рынков и конкурентоспособность регионов // Российский экономический журнал. – 2006. – № 9-10. – С. 85-91.
7. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение. – М.: Тезис, 1993. – Т.1. – Вып. 2.
8. Остром Э. Управляя общим. Эволюция институтов коллективной деятельности. – М.: Мысль, ИРИСЭН, 2011.
9. Серл Дж. Что такое институт // Вопросы экономики. – 2007. – № 8. – С.15-26.

Рецензенты:

Архипкин О.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой коммерции и логистики Иркутского государственного университета, г. Иркутск.

Пешков В.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой экспертизы и управления недвижимостью ФБГОУ ВПО «Иркутский государственный технический университет», г. Иркутск.