

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНЫХ ТРАЕКТОРИЙ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНСАЛТИНГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ

**Сергей Юрьевич ГРИШИН¹, д.э.н., доцент
Алексей Витальевич КУЛИКОВ²**

¹Проректор по социальной и воспитательной работе, профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: Гришин С.Ю., 191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

²Преподаватель СПб ГБПОУ Петровский колледж, соискатель, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», Санкт-Петербург, Россия

Адрес для корреспонденции: Куликов А.В., 191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21

Аннотация

Статья посвящена вопросу определения приоритетных направлений развития предпринимательской деятельности на рынке консалтинговых услуг в России. Изменения, происходящие в современной экономической системе в связи с активным распространением цифровых технологий и инноваций в системе управления, приводят к значительным трансформациям всех аспектов организации предпринимательской деятельности, государственной политики в сфере регулирования и обеспечения поддержки отдельных отраслей и секторов народного хозяйства, в том числе рынка консалтинговых услуг. Авторами обозначены и раскрыты возможные траектории развития деятельности консалтинговых организаций в российских условиях с учетом требований инновационной экономики и цифровизации.

Ключевые слова

Инновационная экономика, рынок консалтинговых услуг, цифровые технологии, консалтинг, стратегии развития консалтинговых организаций.

UDC 338.46

ASSESSMENT OF POSSIBLE DEVELOPMENT TRAJECTORIES OF CONSULTING ORGANIZATIONS IN RUSSIAN CONDITIONS

**S.Y. GRISHIN¹, Doctor of Economics, Associate Professor,
A.V. KULIKOV²**

¹Vice-Rector for Social and Educational Work, Professor of the Department of Economics and Management in the Service Sector of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «St. Petersburg State Economic University», Saint-Petersburg, Russia

Address for correspondence: Grishin S.Y., 191023, St. Petersburg, st. Sadovaya, 21

²Teacher at St. Petersburg Petrovsky College,

applicant of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «St. Petersburg State Economic University», Saint- Petersburg, Russia
Address for correspondence: Kulikov A.V., 191023, St. Petersburg, st. Sadovaya, 21

Abstract

The article is devoted to the issue of determining priority directions for the development of entrepreneurial activity in the consulting services market in Russia. Changes taking place in the modern economic system in connection with the active spread of digital technologies and innovations in the management system lead to significant transformations in all aspects of the organization of business activities, government policy in the field of regulation and provision of support for certain industries and sectors of the national economy, including the market for consulting services. The authors have identified and disclosed possible trajectories for the consulting organizations activities development in Russian conditions, taking into account the requirements of an innovative economy and digitalization.

Keywords

Innovative economy, market of consulting services, digital technologies, consulting, development strategies of consulting organizations.

Введение

Проведенный анализ проблем и тенденций развития российского рынка консалтинговых услуг в условиях влияния кризисных явлений, вызванных различными причинами, и роста уровня неопределенности свидетельствует о необходимости усиления стратегического позиционирования и планирования будущей деятельности консалтинговых организаций в российских экономических условиях.

Цель исследования

Определить и обосновать перспективные варианты возможных траекторий развития деятельности консалтинговых организаций в российских условиях применительно к требованиям цифровой экономики и государственной политики в области организации предпринимательской деятельности.

Материалы, методы и объекты исследования

На основании изучения ряда научных источников, посвященных вопросам развития инновационной экономики, консалтинговой деятельности в цифровой экономике, стратегическому планированию и управлению ([1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9]), в ходе проведения исследования сформированы возможные траектории развития деятельности консалтинговых организаций в российских условиях (рис. 1).

Выбор определенной траектории поведения на рынке для конкретной консалтинговой организации определяется целым набором определенных факторов, к числу которых можно отнести:

1. Существующий профиль деятельности консалтинговой организации, уровень эффективности реализации консалтинговых услуг по данному профилю деятельности.

2. Готовность руководства организации к изменению профиля деятельности или переориентации на других клиентов в краткосрочном периоде.

3. Наличие либо отсутствие (в случае выхода на рынок консалтинговых услуг) опыта коммерческой деятельности на российском рынке в течение определенного периода времени.

4. Соответствие требованиям, предъявляемым со стороны заказчика – органа государственной власти, муниципального образования, ГУПа для участия в процедурах государственного заказа.

5. Способность к оценке риска при выборе различных вариантов позиционирования на рынке с учетом целого ряда параметров (например, потенциал для поиска долгосрочных контрактов на оказание консалтинговых услуг с одним или несколькими крупными участниками, вероятность эффективности цифрового маркетинга, направленного на поиск новых договорных отношений, вероятностный объем спроса на консалтинговые услуги со стороны отдельных организаций и предприятий в рамках одного региона или отрасли, учет вероятности снижения уровня деловой активности на рынке по ряду форс-мажорных обстоятельств, оценка риска соответствия внутренней структуры консалтинговой организации требованиям новых заказчиков и т.д.).

6. Способность к ведению проектной деятельности и реализации одновременно нескольких разнонаправленных проектов для нескольких заказчиков, в том числе в контексте параллельного взаимодействия как с бизнесом, так и с государством.

7. Наличие необходимого ресурсного потенциала для осуществления позиционирования на рынке. При этом сам ресурсный потенциал может включать как объекты инфраструктуры и программное обеспечение, которые необходимы для оказания услуг в сфере IT-консалтинга, наличие собственных интеллектуальных разработок и методик при проведении оценочных процедур при осуществлении внешнего аудита государственных предприятий по заказу уполномоченных органов государственной власти и, наконец, достаточный уровень кадрового обеспечения для осуществления управленческого консалтинга. Не менее важным и значимым фактором остается и финансовое состояние самой консалтинговой организации, уровень имеющейся задолженности перед контрагентами, наличие собственных средств, выраженных в краткосрочных активах и т.д.

8. Наличие партнерских взаимоотношений как с непосредственными участниками рынка консалтинговых услуг, так и максимально большим

количеством потенциальных клиентов или бизнес-партнеров. При этом, по мнению авторов, необходимо активно расширять потенциал для сотрудничества между консалтинговыми организациями и образовательными учреждениями, прежде всего на базе СПО.

9. Прочие факторы, которые зависят от конкретной специфики выбранного варианта.

Результаты исследования

Оценивая предложенные траектории поведения на рынке с точки зрения относительно небольшого уровня соотношения затрат и вложений, можно говорить об относительно выгодном варианте либо в случае ухода с рынка, либо с ориентацией на продолжение деятельности в рамках оказываемых видов консалтинговых услуг без значительных изменений как ассортимента предлагаемых услуг и проектных решений для предприятий клиентов, так и архитектуры уже устоявшихся бизнес-процессов.

В первом случае многое зависит от позиции собственника консалтинговой организации относительно перспектив развития бизнеса в российских условиях, его финансово-экономического состояния с точки зрения соотношения уровня заемных средств в общем объеме краткосрочных активов, а также наличия неструктурированной кредиторской задолженности, влияния внешних факторов не только объективного характера, но и субъективной природы (например, мнение родственников или семьи собственников, необходимость дополнительных расходов на их содержание, образование, приобретение собственного недвижимого имущества и т.п.).

По мнению авторов, уход с рынка консалтинга в любом случае должен быть обусловлен только объективными причинами и обстоятельствами, при принятии решения необходимо опираться не только на свою собственную точку зрения, или мнение окружающих, или рабочего коллектива, но и использовать возможности сторонней экспертной оценки с целью определения возможных перспектив развития бизнеса.

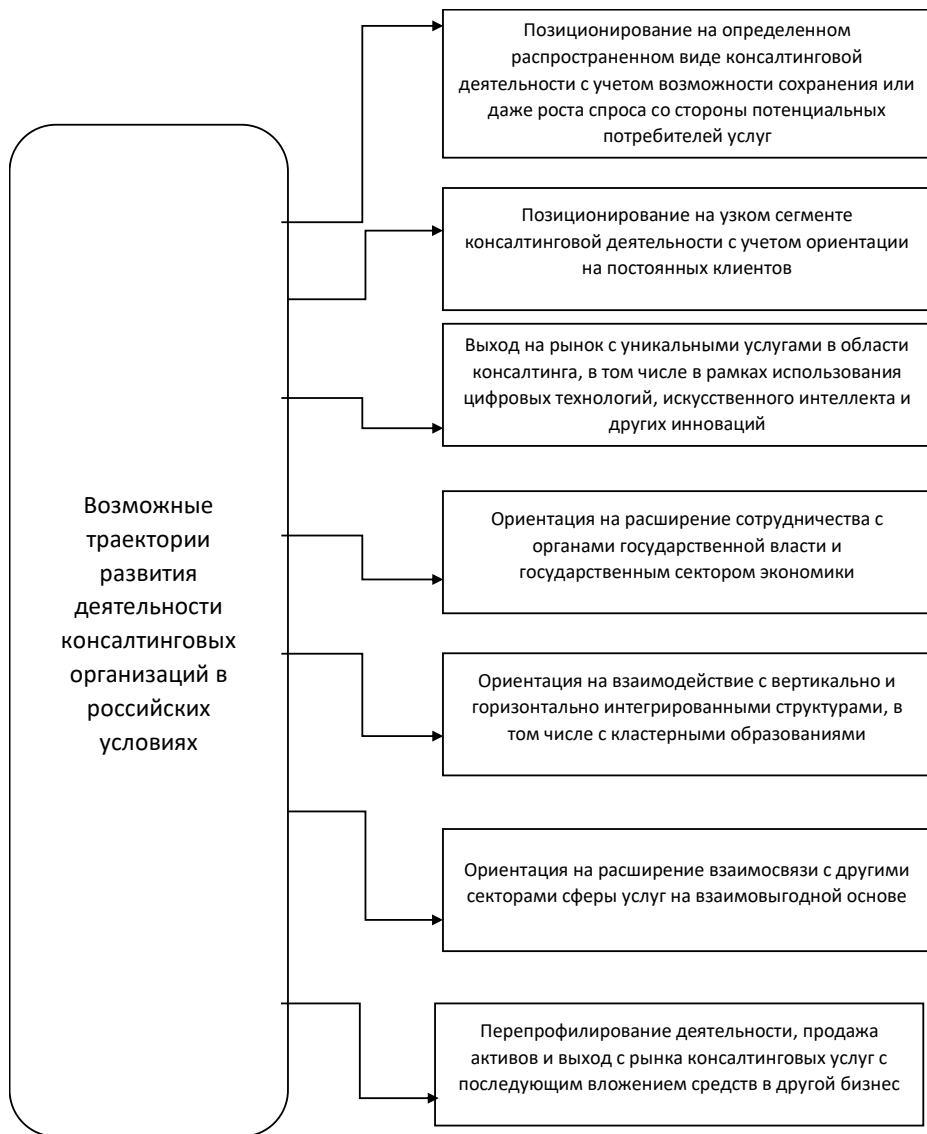


Рис. 1. Характеристика вариантов возможных траекторий развития деятельности консалтинговых организаций в российских условиях (авторские разработки)

Именно принятие необоснованных, с экономической точки зрения, управленческих решений во многом наносит определенный ущерб развитию

российского бизнеса, в том числе и в контексте потенциала рынка консалтинговых услуг в РФ.

Второй вариант является оптимальным в случае наличия постоянной клиентской базы, на спрос со стороны которой можно рассчитывать в условиях дестабилизации рыночной конъюнктуры. Среди такого рода потенциальных клиентов, которые могут обеспечить высокий уровень результативности консалтинговой деятельности без существенных изменений самих бизнес-процессов или смены направленности в условиях цифровизации рынка, следует отметить представителей крупного российского бизнеса, прежде всего связанного с добычей и последующей переработкой минерального сырья, полезных ископаемых и драгоценных металлов, а также государство с точки зрения возможности участия в реализации проектов ГЧП или в рамках существующих государственных контрактов. Однако наличие такого рода клиентов у консалтинговой организации еще не обеспечивает стопроцентную гарантию стабильности осуществляемой экономической деятельности.

В первом случае можно говорить о расширении тенденции формирования собственных или аффилированных бизнес-структур, ориентированных на оказание всего комплекса консалтинга для конкретного представителя крупного российского бизнеса, что позволяет сократить издержки и обеспечить более высокий уровень взаимосвязи между заказчиком и консалтинговой организацией, прежде всего в контексте коммуникационной политики и решения потенциальных конфликтных ситуаций. Данный вариант может быть использован, например, для оценки соответствия стратегии корпоративной социальной ответственности бизнеса российским и зарубежным практикам, выработке определенной политики по защите персональных данных сотрудников или корпоративных клиентов компании, т.е. в тех случаях, когда существует потребность в ограничении доступа к определенным данным для внешнего аудита или экспертизы.

Второй вариант также представляет собой определенную опасность в связи с отсутствием гарантий постоянного получения государственных контрактов, изменением сроков реализации проектов ГЧП, внутренних преобразований в системе государственного управления на региональном и муниципальном уровнях и т.д. В связи с вышесказанным повышается риск снижения уровня деловой активности для тех консалтинговых организаций, которые ориентированы на сохранение текущих направлений и видов деятельности.

Выводы

Вместе с тем, в случае серьезных изменений собственных бизнес-процессов и выбора траектории ориентации на расширение сотрудничества с органами государственной власти и государственным сектором экономики,

консалтинговая организация может обеспечить не только высокий уровень прибыльности, но и сохранить свои позиции на рынке даже в условиях экономического кризиса.

Список источников

1. **Васина Е.В., Вахманова О.В., Веретенникова Е.П. и др.** Совершенствование качества среднего профессионального образования на основании исследования рынка труда: Монография, – СПб.: Советник, 2021. – 170 с.

2. **Максимцев И.А., Сулейманкадиева А.Э., Фомичева Н.М. и др.** Теория и практика развития биоэкономики: инновации, цифровизация, трансформация. – Санкт-Петербург. – 2019.

3. **Нуреев Р.М.** Три этапа становления цифровой экономики / Р.М. Нуреев, О.В. Карапаев // Вопросы регулирования экономики. – 2019. – Т. 10. – № 2. – С. 6–27.

4. **Трофимов В.В.** Искусственный интеллект в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – № 4 (118). – С. 105–109.

5. **Фаткуллина Р.Р.** Цифровая инфраструктура для сферы услуг // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. – № 1. – С. 19–27.

6. **Хорева Л.В.** Использование проектного подхода в подготовке бакалавров сервиса и туризма при переходе на новый образовательный стандарт / Л.В. Хорева, В.В. Кисаева, М.Д. Сущинская // Туризм и образовательные технологии: Сборник научных трудов по материалам V Международной научно-практической конференции / Под редакцией Г.А. Карповой. – 2019. – С. 277–284.

7. **Gudergan G., Buschmeyer A.** Key aspects of strategy and leadership for business transformation. The Business Transformation Journal. – 2015. – Vol. 11. – Pp. 17–27

8. **Ismail M. H., Khater M., Zaki M.** Digital Business Transformation and Strategy: What Do We Know So Far? University of Cambridge. – 2017. – 35 p.

9. **Nambisan S.** Digital Innovation Management: Reinventing innovation management research in a digital world / S. Nambisan, K. Lyytinen, A. Majchrzak, M. Song // Mis Quarterly. – 2017. – Vol. – 41. – No. 1. – Pp. 223–238.

References

1. **Vasina E.V., Vahmanova O.V., Veretennikova E.P. i dr.** Sovershenstvovanie kachestva srednego professional'nogo obrazovaniya na osnovanii issledovaniya rynka truda: Monografiya. – SPb.: Sovetnik, 2021. – 170 s.

2. **Maksimcev I.A., Sulejmankadieva A.E., Fomicheva N.M. i dr.** Teoriya i praktika razvitiya bioekonomiki: innovacii, cifrovizaciya, transformaciya. – Sankt-Peterburg. – 2019.

3. **Nureev R.M.** Tri etapa stanovleniya cifrovoj ekonomiki / R.M. Nureev, O.V. Karapaev // *Voprosy regulirovaniya ekonomiki*. – 2019. – T. 10. – № 2. – S. 6–27.

4. **Trofimov V.V.** Iskusstvennyj intellekt v cifrovoj ekonomike // *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. – 2019. – № 4 (118). – S. 105–109.

5. **Fatkullina R.R.** Cifrovaya infrastruktura dlya sfery uslug // *Servis v Rossii i za rubezhom*. – 2022. – T. 16. – № 1. – S. 19–27.

6. **Horeva L.V.** Ispol'zovanie proektnogo podhoda v podgotovke bakalavrov servisa i turizma pri perekhode na novyj obrazovatel'nyj standart / L.V. Horeva, V.V. Kisaeva, M.D. Sushchinskaya // *Turizm i obrazovatel'nye tekhnologii. Sbornik nauchnyh trudov po materialam V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. Pod redakciej G.A. Karpovoj. – 2019. – S. 277–284.

7. **Gudergan G., Buschmeyer A.** Key aspects of strategy and leadership for business transformation. *The Business Transformation Journal*. – 2015. – Vol. 11. – Pp. 17–27.

8. **Ismail M. H., Khater M., Zaki M.** Digital Business Transformation and Strategy: What Do We Know So Far? University of Cambridge. – 2017. – 35 p.

9. Nambisan S. Digital Innovation Management: Reinventing innovation management research in a digital world / S. Nambisan, K. Lyytinen, A. Majchrzak, M. Song // *Mis Quarterly*. – 2017. – Vol. 41. – No. 1. – Pp. 223–238.