

Эффективность консалтинговых услуг в предпринимательской деятельности

Коданов Максим Николаевич

аспирант

Российский университет кооперации, Москва, Россия

E-mail: kodanov@mail.ru

Эффективность консалтинговых услуг в предпринимательской деятельности во многом зависит от оптимизации деятельности консультантов. Внедрение изменений, в предоставлении консалтинговых услуг, проведение реструктуризации – это направление очень актуальное, требующее от консультантов максимально эффективного применения.

Эффективность консалтинговых услуг во многом зависит от разработки средней и долгосрочной стратегии. Для развития эффективности консалтинговых услуг в сфере предпринимательства необходимо использование и применение следующих стратегических направлений:

1. демонстрация профессиональных знаний и престижа. Естественно, этой стратегией могут пользоваться только те, кто имеет престиж и квалификацию. Отличительной чертой этой стратегии является работа с самостоятельными и сильными клиентами – зарубежными компаниями, инвесторами, представительными органами;

2. использование корпоративной сети. Если консалтинговое предприятие не имеет громкой репутации и неизвестна в правительственных или деловых кругах, то она, как правило, выбирает другую стратегию: стремится продемонстрировать свою квалификацию для "подготовленной" аудитории;

3. коммерческая реклама. Большинство российских консультантов считают, что коммерческая реклама не играет для них большой роли. Крупные предприятия избирательно подходят к использованию средств массовой информации или рекламы.

4. производство нового консультационного продукта для потенциальных клиентов. Создавая продукт, консультант работает бесплатно. Существуют значительные различия между стратегиями эффективности консалтинговых услуг предпринимательской деятельности западных компаний и российских предприятий, которые определяются следующими чертами.

Во-первых, несмотря на то, что не только организации клиентов, но и сами консультационные предприятия должны иметь бизнес-план, российские консультанты в основном их не имеют.

Во вторых, в России в отличие от развитых стран существуют четкие разграничения между предложением и контрактом. Контракт – официальный документ, который может быть использован в спорах или разногласиях по поводу протекания и результативности процесса или оплаты проекта. Системную процедуру написания предложения – особенно если говорить о стандартах ISO – можно найти лишь в западных предприятиях, работающих в России.

Проблемы российских предприятий имеют комплексный характер, и одному консультанту с ними не справиться. Поэтому они не должны отправлять клиенту только одного консультанта, даже если он самый "клиентно - ориентированный". Чтобы удовлетворить как можно большее количество потребностей клиента, необходимо отправлять к нему "междисциплинарную" команду.

Литература

1. Алешникова В.И. Управленческое консультирование// Экономист 2005, №1
2. Блинов А.О. Консалтинг на предприятиях // ЭКО.2000, №12
3. Гаджинская С.Б. Бизнесу требуются аналитики// Элитный персонал. 2003, №18
4. Румянцева З.П. Особенности рынка консалтинговых услуг // Российский экономический журнал. 2004, №3