

ЦЕНТР БИЗНЕС-ИНФОРМАЦИИ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И  
МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
BISAM CENTRAL ASIA

КАЗАХСТАНСКИЙ РЫНОК КОНСАЛТИНГОВЫХ  
УСЛУГ

BISAM Central Asia  
Октябрь, 2009

## МЕТОДОЛОГИЯ

По заказу ТОО «Business Media Group» Центр бизнес информации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia в июне-июле 2009 года провел исследование рынка консалтинговых услуг в Казахстане.

Концепция проекта была определена Заказчиком. Методология, инструментарий и выборка исследования разработана BISAM и согласована с Заказчиком.

# МЕТОДОЛОГИЯ

## ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Получить объективную информацию о состоянии казахстанского рынка консалтинговых услуг, включая тренинговые услуги, осуществляемые консалтинговыми компаниями
- Провести анализ предложения на рынке консалтинговых услуг и перспектив развития данного рынка
- Провести анализ существующих профессиональных ассоциаций консультантов
- Определить потребности местных поставщиков консалтинговых услуг с целью последующей разработки стратегии деятельности Программы BAS и других поддерживавших данный проект заинтересованных организаций по развитию рынка консалтинговых услуг и подготовки рекомендаций донору.

# МЕТОДОЛОГИЯ

## Задачи исследования

- Выявить, какие потенциальные и действующие поставщики консультационных услуг представлены на казахстанском рынке;
- Определить доли рынка по следующим критериям:
  - Динамика роста и процентное соотношение казахстанских, российских и зарубежных поставщиков консалтинговых услуг;
  - % алматинских консультантов, работающих в регионах;
  - % региональных консультантов, работающих по Казахстану;
  - Компании, представляющие тренинговые услуги как самостоятельные и вместе с другими консалтинговыми услугами.
- Описать и классифицировать основные виды консалтинговых услуг;
- Охарактеризовать причины и цели использования консалтинговых услуг;
- Определить каналы продвижения консалтинговых услуг;
- Определить потребности в консалтинговых услугах;
- Определить потенциальные секторы консалтинга, тенденции, перспективы развития и факторы роста рынка;
- Выявить степень конкуренции на рынке консалтинговых услуг;
- Выявить влияние предложения на спрос в целом по обследуемому рынку консалтинговых услуг и в разрезе регионов;
- Обозначить участки рынка, где в наибольшей степени существует нереализованный, скрытый и отложенный спрос на консалтинговые услуги;
- Определить степень готовности консультантов г. Алматы к сотрудничеству с региональными консультантами и наоборот;
- Охарактеризовать возможные барьеры на рынок консалтинговых услуг;
- Провести сравнительный анализ региональных рынков консалтинговых услуг и алматинского рынка;
- Дать портрет средней алматинской и региональной компании;
- Выявить структуры, которые оказывают поддержку поставщикам консалтинговых услуг, и степень эффективности их работы;
- Определить ожидания и потребности поставщиков консалтинговых услуг относительно мероприятий по повышению профессионального уровня;
- Определить роль Программы BAS в развитии рынка консалтинговых услуг.

# МЕТОДОЛОГИЯ

В задачи исследования входил также дополнительный блок по тренинговым услугам консалтинговых компаний по тренинговым услугам консалтинговых компаний, включающий в себя следующие группы:

- Определить существующее положение на рынке тренинговых услуг;
- Определить, как часто тренинговые компании предоставляют свои услуги поставщикам консалтинговых услуг, по каким продуктам, наиболее востребованные продукты;
- Описать каналы продвижения тренинговых услуг;
- Выяснить целевые аудитории;
- Определить, какими компаниями наиболее востребованы тренинговые услуги;
- Выявить виды предлагаемых тренингов, среднюю стоимость каждого;
- Охарактеризовать существующие способы расширения рынков;
- Выяснить востребованность консалтинговых услуг после тренингов;
- Охарактеризовать причины и цели использования тренинговых услуг;
- Охарактеризовать возможные барьеры входа на рынок тренинговых услуг.

# МЕТОДОЛОГИЯ

## МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ:

### 1. Кабинетное исследование

В ходе кабинетного исследования был осуществлен сбор вторичной информации о консалтинговом рынке и деятельности консалтинговых компаний.

### 2. Сенсус и краткий обзор консалтинговых компаний

Задачей данного направления исследования являлось получение полного списка реально действующих в Казахстане консалтинговых компаний и ассоциаций с указанием их специализации и перечня основных услуг. Всего было выявлено и обследовано 569 компаний.

### 3. Опрос менеджеров консалтинговых компаний

Опрос менеджеров был проведен в технике формализованного интервью по месту работы респондента.  
Средняя продолжительность интервью составила 40-45 минут.

Всего было проведено 100 компаний.

Выборка была осуществлена на результатах проведенного опроса. Квоты по размерам, форматам деятельности, специализации и местоположению компаний были согласованы с Клиентом.

#### Распределение интервью по городам

	Количество интервью
Г. Алматы	50
Западный регион	18
Восточный регион	7
Северный регион	10
Центральный регион	15
ВСЕГО	100

# МЕТОДОЛОГИЯ

## МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ:

### **4. Исследование потребителей**

Ограниченный бюджет исследования не позволил провести репрезентативный опрос реальных и, тем более, потенциальных потребителей, который позволил бы получить статистически надежные данные о емкости и потенциале рынка консалтинговых услуг, об удовлетворенности и лояльности реальных клиентов, о существующей и возможной мотивации потенциальных клиентов. Однако было проведено исследование потребителей, которое дало ключевые представления о реальном освоении различных ниш рынка и о потенциально привлекательных для потребителей секторах консалтинга. Для такого исследования была применена специальная методика кабинетного анализа клиентской базы консалтинговых компаний в сопоставлении с институциональной структурой бизнеса.

### **5. Дополнительный метод – глубинные интервью**

На этапе разработки инструментария и выдвижения гипотез была выявлена необходимость привлечь экспертные оценки. С этой целью, в рамках бюджета были проведены глубинные интервью с руководителями ведущих (типизирующих) консалтинговых компаний и с представителями профессиональной ассоциации консультантов.

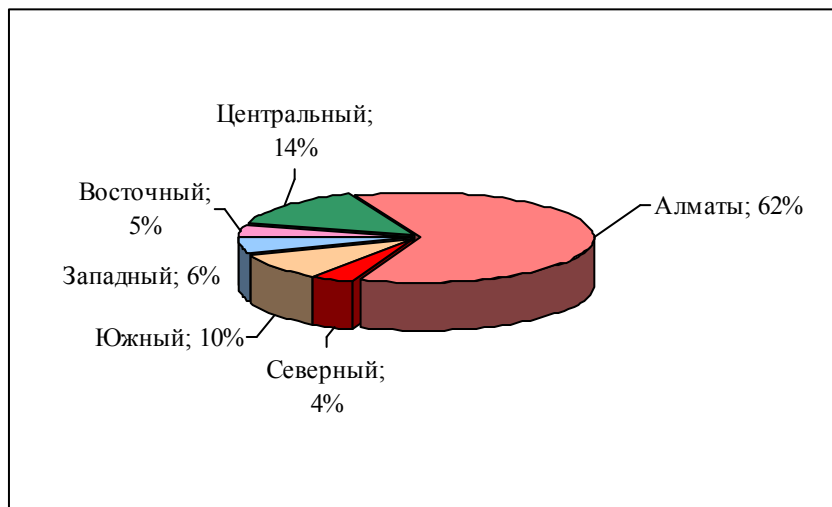
# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ



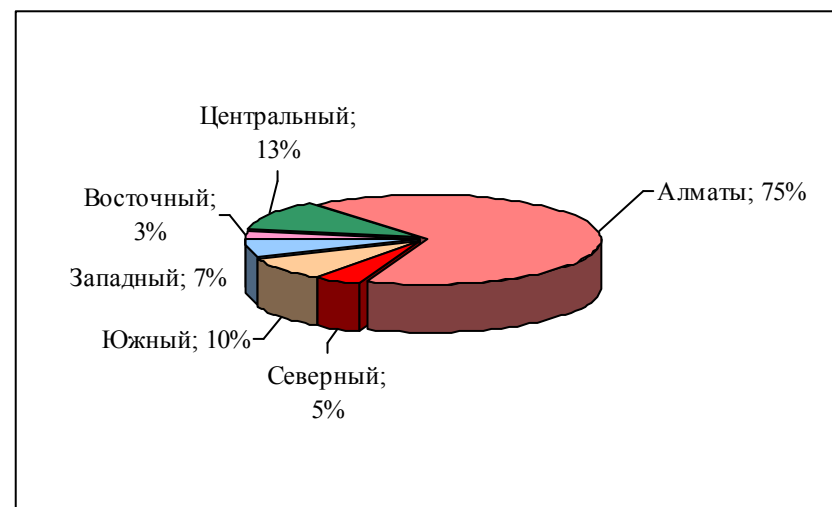
## МАСШТАБЫ И СТРУКТУРА КОНСАЛТИНГОВОГО РЫНКА

По результатам проведенного сенсуса и краткого обзора консалтинговых компаний на рынке консалтинговых услуг Казахстана было зафиксировано 569 консалтинговых компаний, оказывающих консультационные и тренинговые услуги в различных направлениях и 349 компаний, оказывающих тренинговые услуги. Из них только 13% являются иностранными компаниями (9% - компании стран дальнего зарубежья и 4% - российские компании).

**Распределение количества консалтинговых компаний по РК**



**Распределение количества тренинговых компаний по РК**



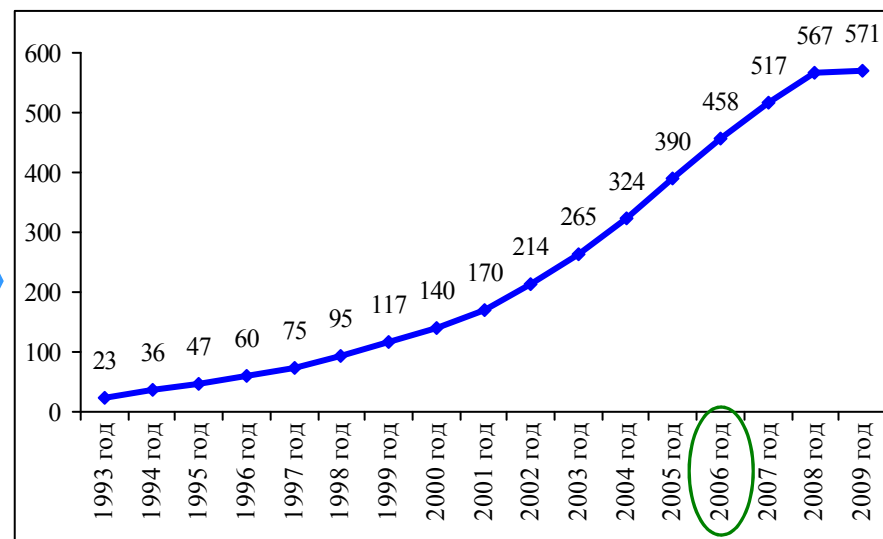
Большинство консалтинговых компаний Казахстана не имеют филиалов и представительств в других городах Казахстана (78%).

Вместе с тем, большинство компаний (71%), оказывающих консалтинговые услуги, имеют опыт осуществления проектов в других регионах Казахстана.

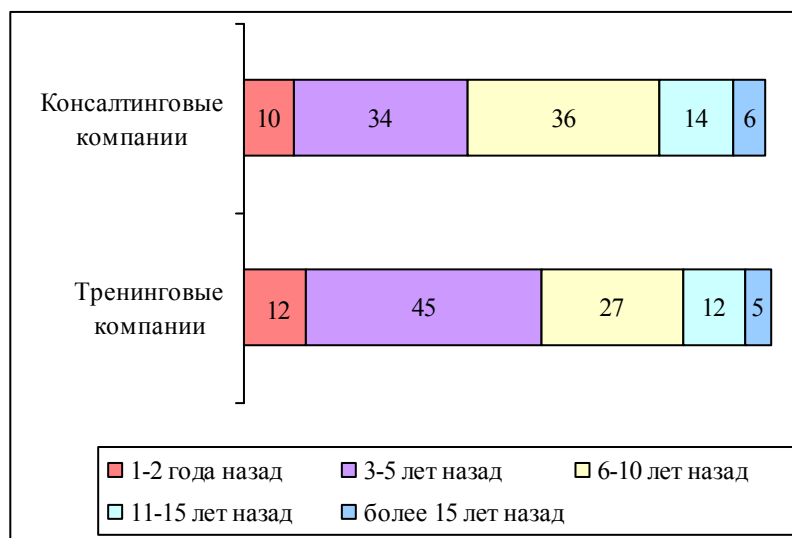
Бурный рост количества поставщиков консалтинговых компаний начинается с 2001 года. Ежегодно на рынке появляются как минимум 30 новых консалтинговых компаний.

В период кризиса, в 2009 году было зафиксировано появление лишь 4 игроков на рынке консалтинговых услуг. Вместе с тем, за период исследования было зафиксировано 2 компании, которые в июне 2009 года прекратили осуществлять консалтинговую деятельность.

### Рост количества поставщиков консалтинговых услуг



### Стаж работы на рынке



Доля компаний, работающих на рынке консалтинговых услуг более 10 лет, составляет 20%. 44% обследованных консалтинговых компаний работают на рынке менее 5 лет.

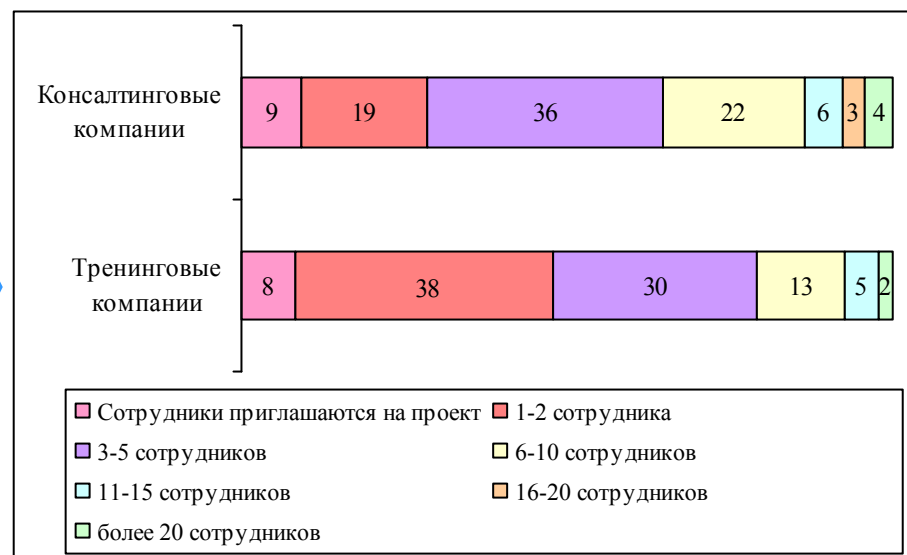
Почти половина обследованных тренинговых компаний осуществляет тренинговую деятельность от 3 до 5 лет (45%).

## КОЛИЧЕСТВО ЭКСПЕРТОВ И ТРЕНЕРОВ

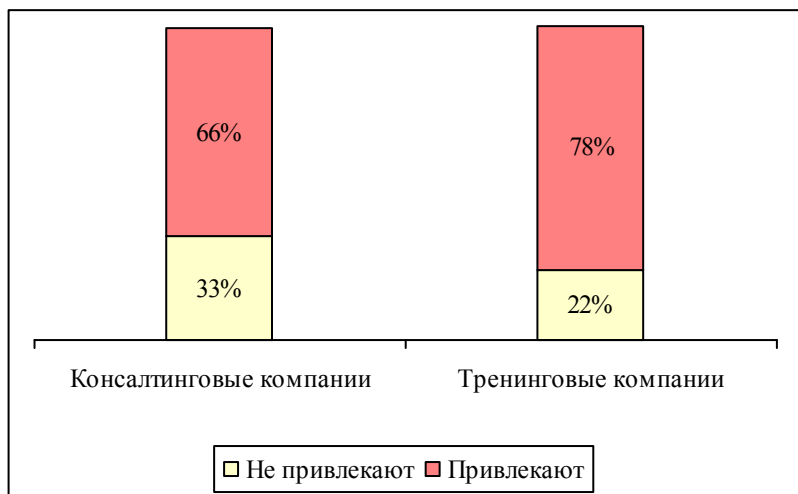
Практически каждая десятая компания, работающая на рынке консалтинговых услуг, вообще не содержит в штате консультантов, приглашая их только в случае появления конкретных проектов.

Тренинговые компании не обладают большим штатом сотрудников. Почти 40% тренинговых компаний содержат в штате по 1-2 тренера, 30% компаний – от 3 до 5 тренеров.

## Количество штатных сотрудников



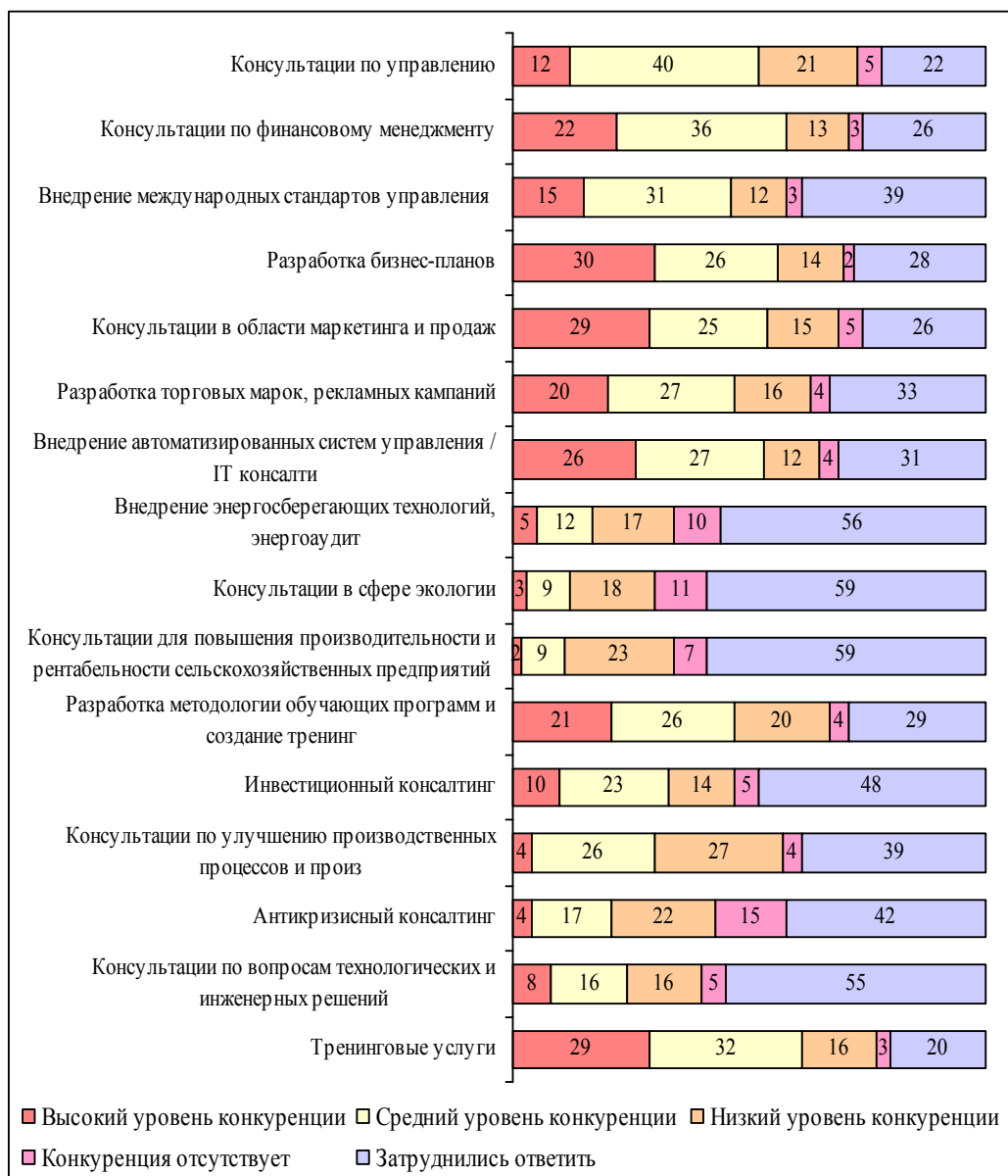
## Практика привлечения внештатных сотрудников



Привлечение консультантов со стороны в настоящее время практикует более половины всех обследованных консалтинговых компаний (66%). Как правило, обследованные компании привлекают к выполнению проектов до 10 экспертов-консультантов.

Достаточно распространенной является практика привлечения тренеров со стороны для выполнения каких-либо проектов. О существовании подобной практики заявили 78% компаний, оказывающих специализированные тренинги.

# УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ



Уровень конкуренции на рынке в отношении тех или иных направлений консалтинга различен. Сравнительно высокая интенсивность соперничества или конкуренции наблюдается в отношении разработки бизнес-планов и консультациях в области маркетинга и продаж, что обусловлено большим количеством примерно равных по силам компаний, предоставляющих стандартный набор услуг по стандартным ценам.

Конкурентную среду на рынке тренинговых услуг можно назвать интенсивной, поскольку на рынке действует довольно большое количество игроков, предлагающих практически одинаковый спектр консалтинговых услуг. Почти 30% опрошенных руководителей консалтинговых компаний отметили, что уровень конкуренции на рынке тренинговых услуг является высоким, 32% - что уровень конкуренции – средний.

Исследование показало, что на рынке консалтинговых услуг отсутствуют формальные барьеры, деятельность не лицензируется и не стандартизируется, нет производственных расходов.

В то же время, стоит отметить, что, несмотря на отсутствия формальных барьеров, компании выходящие на рынок, сталкиваются с неформальными барьерами.

	Барьеры входа на рынок консалтинговых услуг	Барьеры входа на рынок тренинговых услуг
Сложность подбора высококвалифицированных специалистов-консультантов	61%	49%
Низкий уровень доверия к новым консалтинговым компаниям	41%	34%
Неплатежеспособный спрос на услуги	40%	29%
Сложности в продвижении услуг	32%	21%
Отсутствие поддержки со стороны государственных и частных структур	19%	13%
Отсутствие нематериальных активов (клиентской базы, деловой репутации)	19%	11%
Однотипность, схожесть тренинговых программ у различных поставщиков	13%	36%
Высокая конкуренция	11%	18%
Барьеров на рынке нет	1%	1%

С одной стороны отсутствие формальных барьеров открывает возможности для конкуренции, с другой - способствует выходу на рынок большого числа случайных компаний.

# РАЗВИТИЕ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ



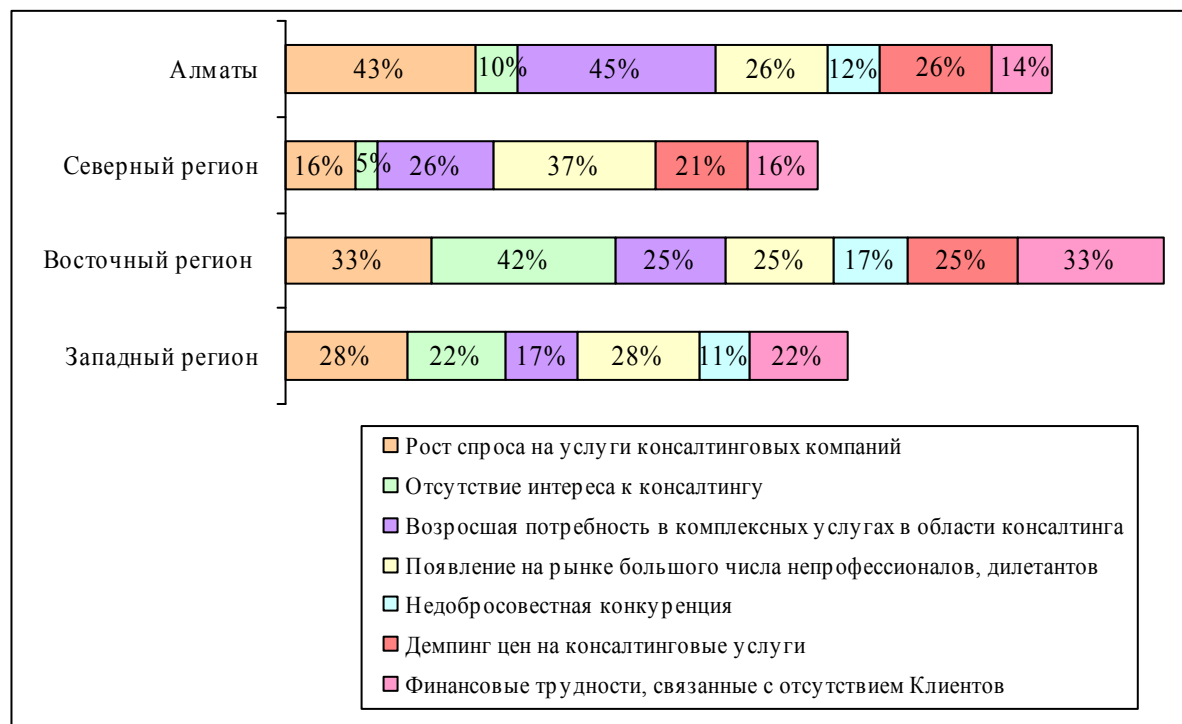
О зрелости различных направлений консалтинга говорить пока не приходится. Особенно ярко это отмечалось в отношении таких консалтинговых услуг, как консультации по управлению, антикризисный консалтинг, внедрение энергосберегающих технологий, энергоаудит, инвестиционного консалтинга.

Доля тех, кто отметил, что на рынке наблюдается бурный рост достаточно низка.

Несмотря на довольно большое количество тренинговых компаний на рынке, исследование показало, что рынок тренинговых услуг сегодня практически не рентабелен и характеризуется невысоким уровнем развития. Пройдя стадию бурного роста в докризисный период, в настоящий момент рынок тренинговых услуг вернулся на стадию зарождения вследствие резкого снижения объема спроса.

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Кризис обнаружил заметные различия в тенденциях развития рынка консалтинговых услуг по линии «Алматы-регионы». В Алматы обозначилась позитивная тенденция восстановления упавшего в кризис спроса, в регионах – потребление консалтинговых услуг продолжает иметь выраженную тенденцию к снижению.



## ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ

В числе основных факторов, препятствующих развитию рынка консалтинговых и тренинговых услуг в Казахстане, более половины обследованных консалтинговых компаний называют, прежде всего, недостаточный уровень предпринимательской зрелости субъектов бизнеса и сокращение затрат компаний-потребителей вследствие финансового кризиса.





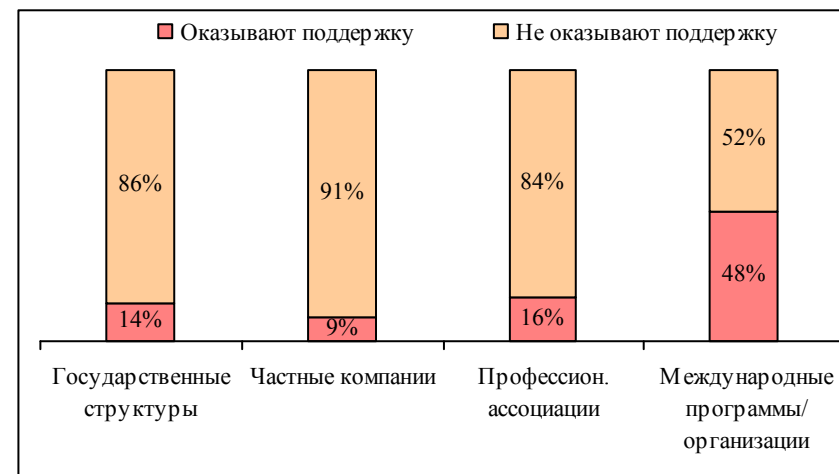
## СТРУКТУРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ПОДДЕРЖКУ ПОСТАВЩИКАМ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ

Поддержка консалтинговым компаниям, ни со стороны государственных структур, ни со стороны частных организаций в настоящее время практически не оказывается.

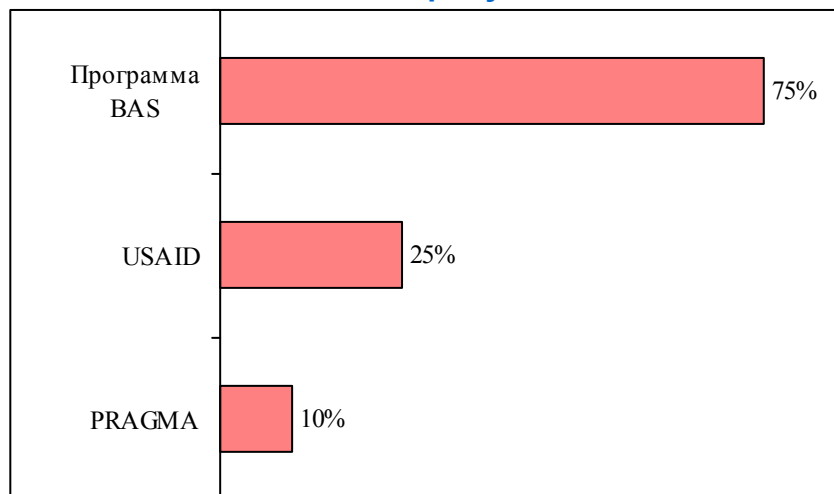
В настоящее время большинство консалтинговых компаний (64%) не являются членами никаких профессиональных ассоциаций.



### Структуры, оказывающие поддержку



### Международные программы, оказывающие поддержку



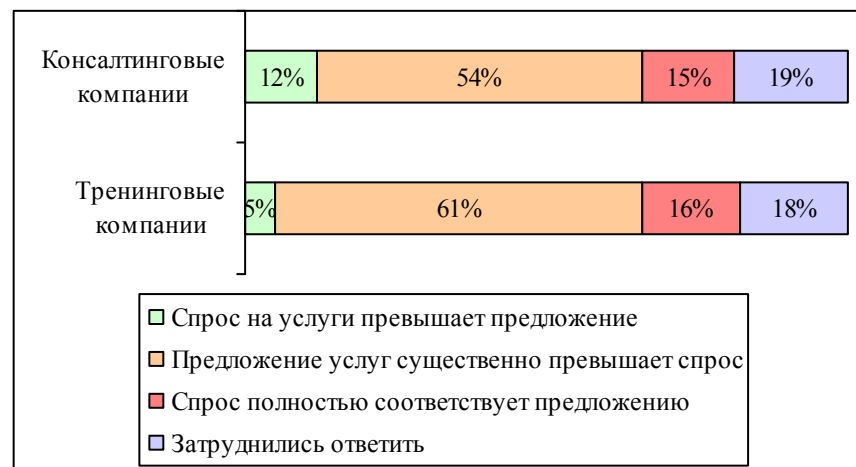
Реальную поддержку участникам рынка консалтинговых услуг оказывают только международные институты/программы.

Основной международной программой, которая оказывает поддержку консалтинговому рынку, большинство обследованных компаний считает Программу BAS.

Основная помощь заключается не только в прямой финансовой поддержке, но и в тренингах по вопросам бизнеса и учета.

# СООТНОШЕНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ

Предложение услуг консалтинговых компаний в Казахстане сегодня существенно превышает существующий спрос. Кризис это соотношение, согласно экспертным оценкам, существенно усилил. Причиной подобного дисбаланса является не столько низкая культура предпринимательства, сколько уровень поставщиков и качества предлагаемых ими интеллектуальных продуктов. Последнее обусловило недоверие казахстанского бизнеса к самому институту консалтинга.



	Кол-во активно действующих предприятий	Кол-во консалтинговых компаний	Отношение численности консалтинговых компаний к числу активно действующих предприятий
В целом по РК	111 022	569	1:194
В целом по России	4 132 500	3071	1:1345

Это соотношение подтверждается и данными статистики, которая свидетельствует о том, что консалтинг в Казахстане стал сферой, где активно пытаются сделать бизнес всякого рода авантюристы и дилетанты.

**Факторы, обуславливающие превышение предложения над спросом**

Недостаток знаний потребителей о консалтинге

Высокая стоимость консалтинговых услуг

Отсутствие интереса к консалтинговым услугам со стороны клиентов

Выход на рынок большого количества поставщиков консалтинговых услуг

## Потребители консалтинговых услуг



## Потребители тренинговых услуг



У большинства консалтинговых компаний клиенты заказывают услуги в силу осознанной потребности в недостатке интеллектуальных ресурсов, а не в силу моды, внешних требований или стремления к улучшению имиджа.



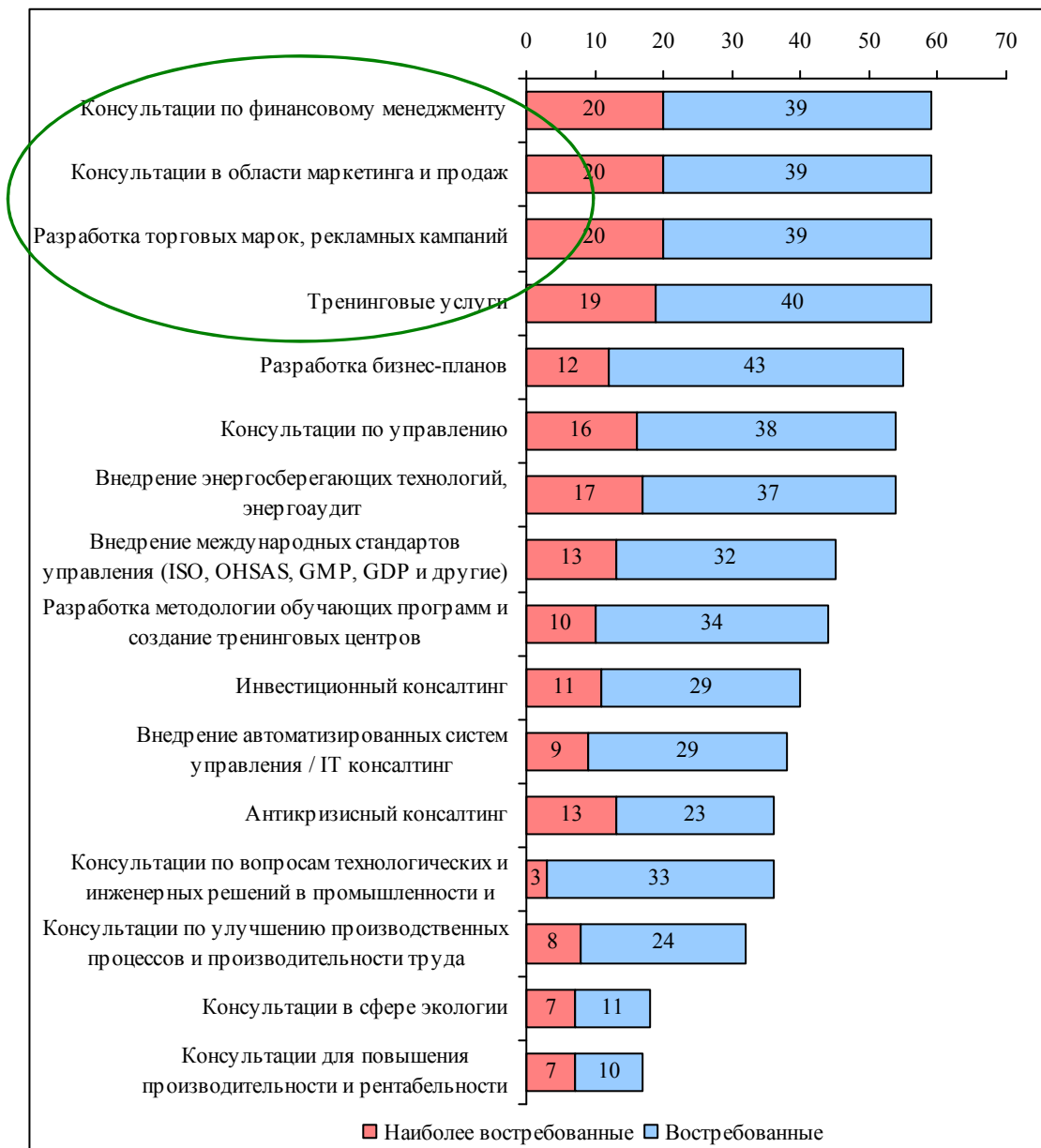
## Тренинговые компании



## Консалтинговые компании

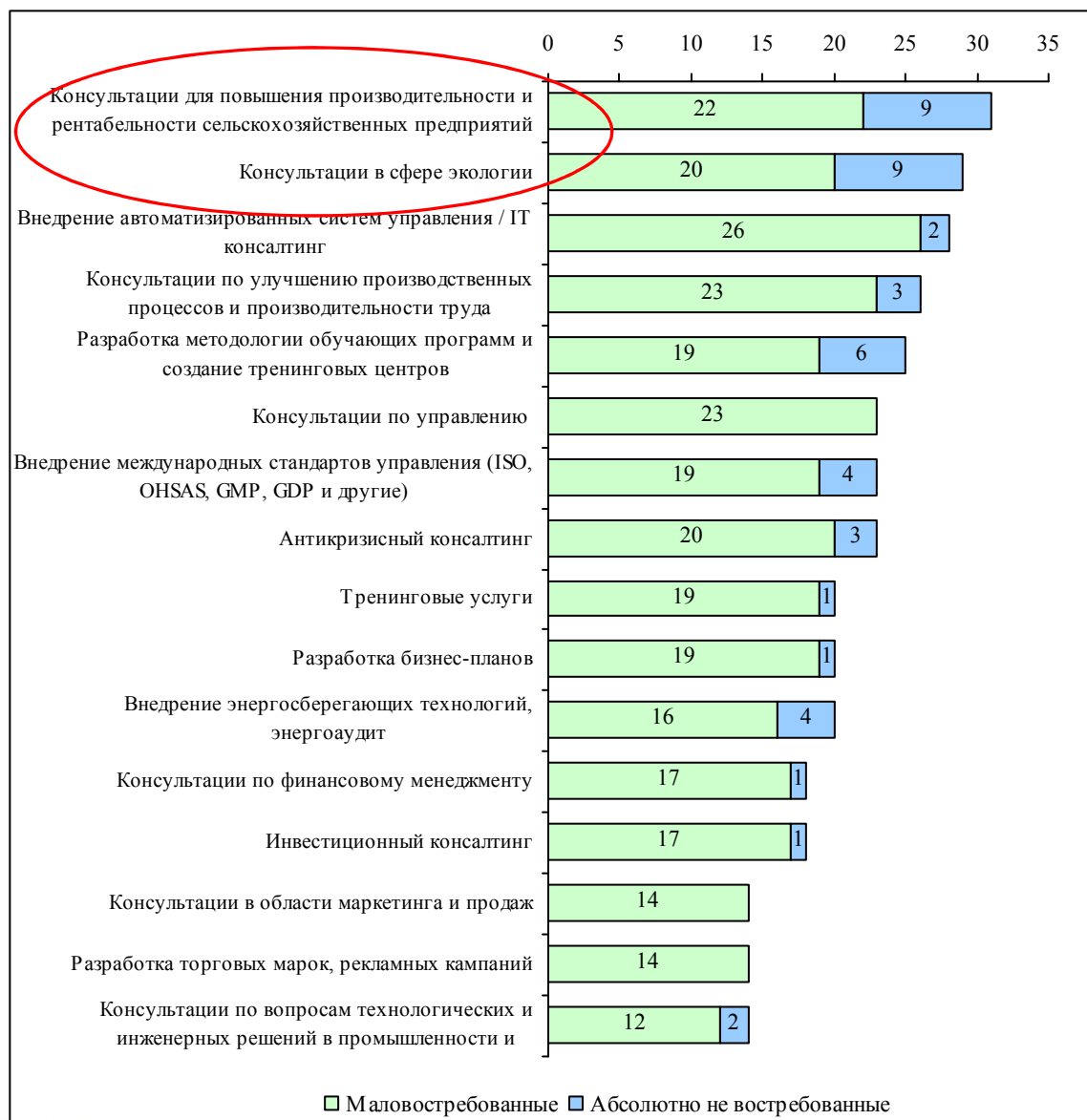


Основными мотивами использования тренинговых услуг являются необходимость в повышении эффективности управления компанией и необходимость в передачи новых знаний, умений и навыков своим сотрудникам, а также необходимость компаний МСБ в повышении качества исполнения задач персоналом компании.



Несмотря на очень медленное развитие рынка консалтинговых услуг в настоящее время, исследование показало, что большая часть направлений консалтинга востребована потребителями услуг.

# МАЛОВОСТРЕБОВАННЫЕ УСЛУГИ КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ КОМПАНИЙ



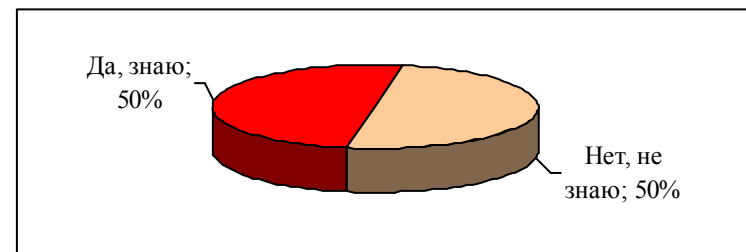
К числу *маловостребованных* услуг консалтинговых компаний на сегодняшний день можно отнести только консультации для повышения производительности и рентабельности сельскохозяйственных предприятий и консультации в сфере экологии.

# ОЦЕНКА ТРЕНИНГА «КЛЮЧЕВЫЕ НАВЫКИ КОНСУЛЬТАНТА»

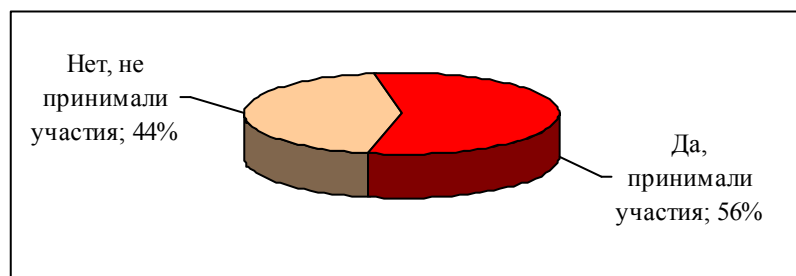
О тренинге «Ключевые навыки консультанта» осведомлены 50% руководителей консалтинговых компаний.



## Осведомленность о тренинге



## Опыт участия в тренинге



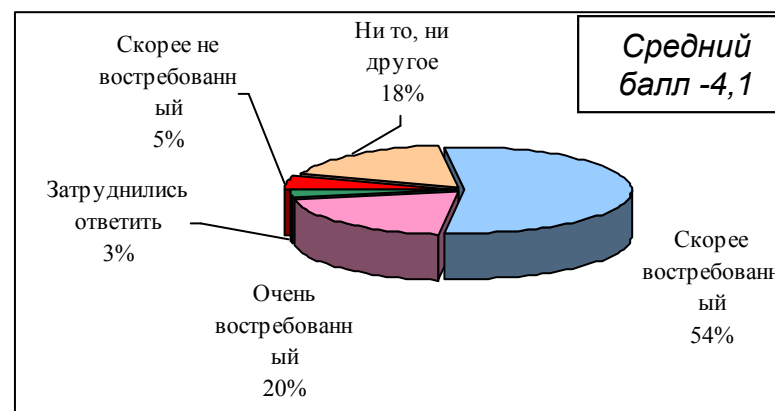
Среди тех, кто знаком с тренингом «Ключевые навыки консультанта», опыт участия имеет 56% респондентов.

Тренинг «Ключевые навыки консультанта» имеет достаточно хороший потенциал, так 74% компаний отметили, что этот тренинг может стать востребованным среди консалтинговых компаний.

При этом каждая пятая компания (20%) отметила, что тренинг будет очень востребованным и 54% отметили – что скорее будет востребованным.



## Оценка востребованности тренинга



# ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГ



## ПОТРЕБНОСТИ В КОНСАЛТИНГОВЫХ И ТРЕНИНГОВЫХ УСЛУГАХ

Эксперты отмечают, что в 2011-2012 годах ситуация на рынке нормализуется и казахстанские компании расширят спрос на консалтинговые услуги.

Спрос будет становиться системным, рынок четко структурируется, поскольку консалтинговые компании не смогут развивать все направления сразу и будут вынуждены ориентироваться на нескольких основных услугах.

При этом универсальные консалтинговые компании, оказывающие весь спектр услуг, уйдут в прошлое, и на рынке останутся сильные игроки, специализирующиеся на одном направлении.

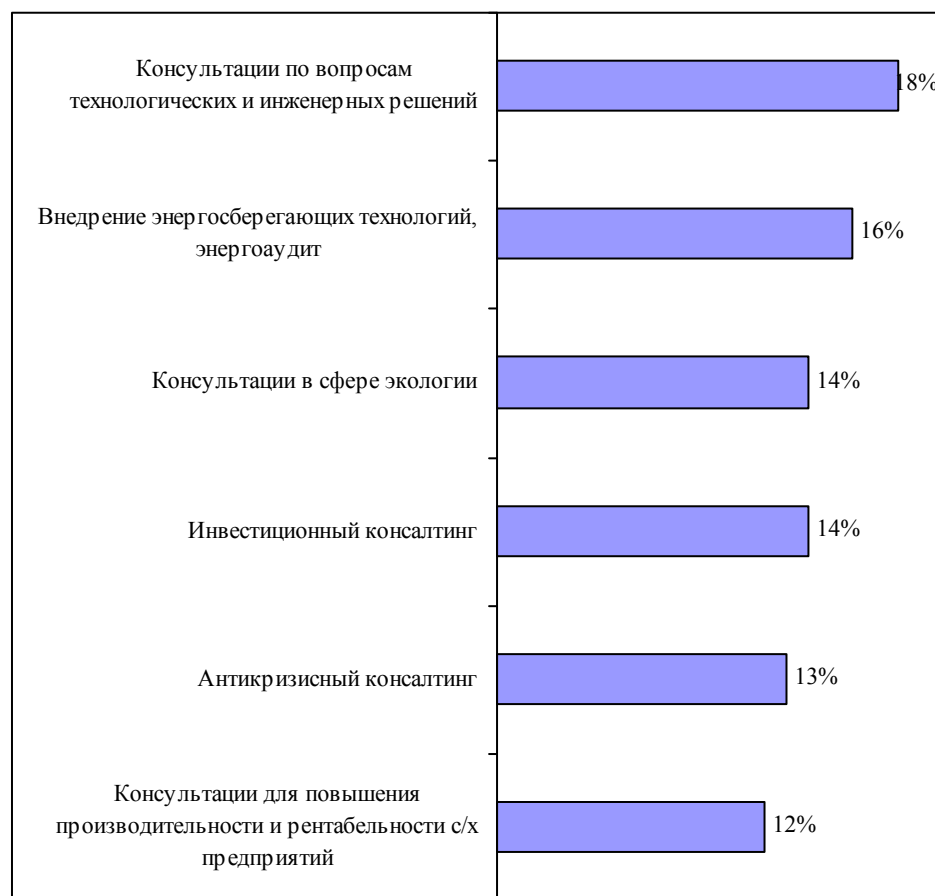
При этом уже сейчас большая часть респондентов смогла определить те виды консалтинга, на которые повысится спрос в будущем.

Консультации по управлению	<b>39</b>
Внедрение автоматизированных систем управления / IT-консалтинг	<b>34</b>
Консультации по финансовому менеджменту	<b>32</b>
Антикризисный консалтинг	<b>29</b>
Консультации в области маркетинга и продаж	<b>26</b>
Внедрение международных стандартов управления	<b>25</b>
Тренинговые услуги	<b>21</b>
Инвестиционный консалтинг	<b>17</b>
Разработка бизнес-планов	<b>16</b>

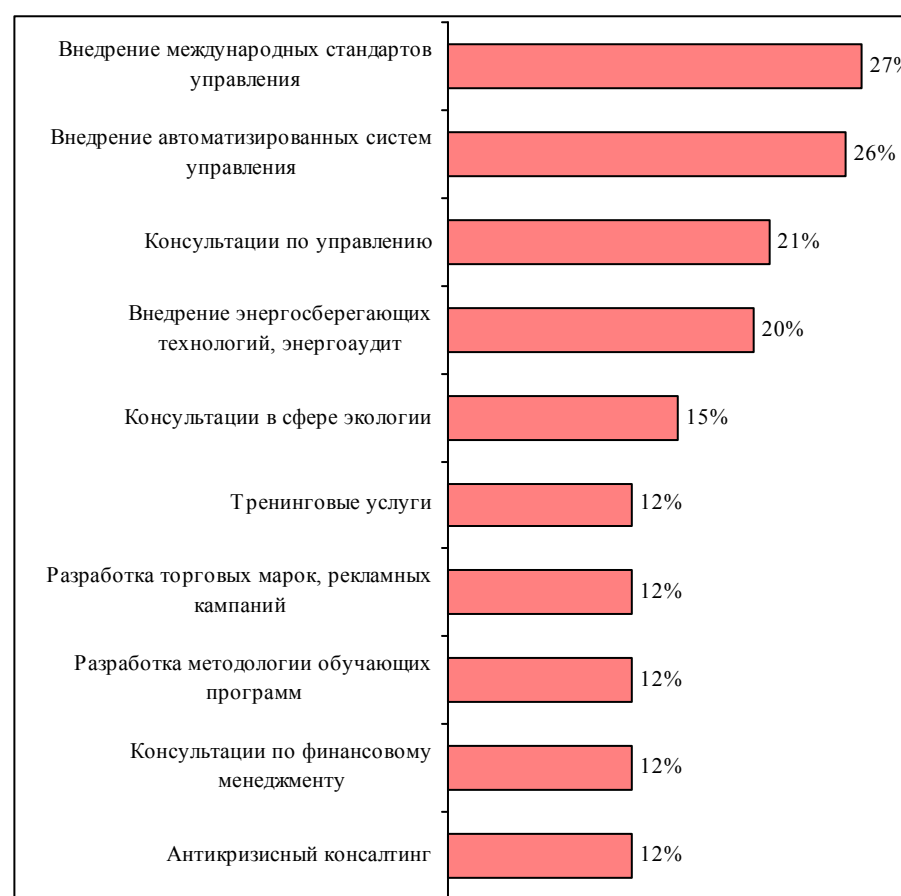
%

# УЧАСТКИ НЕРЕАЛИЗОВАННОГО И СКРЫТОГО СПРОСА НА КОНСАЛТИНГОВЫЕ И ТРЕНИГОВЫЕ УСЛУГИ

## Направления консалтинга, в которых отсутствует спрос по причине несоответствующего качества услуг



## Направления консалтинга, в которых откладывается спрос вследствие отсутствия или недостатка средств на их использование



## СТЕПЕНЬ ГОТОВНОСТИ КОНСУЛЬТАНТОВ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

Исследование выявило довольно высокий уровень готовности консалтинговых компаний сотрудничать друг с другом. Так, среди компаний города Алматы 96% выразили готовность работать с компаниями из регионов, доля таковых среди региональных компаний составила 100%.

Однако это готовность на сегодняшний день носит в значительной степени гипотетический характер, поскольку сдерживается опасениями конкурентного порядка.

**Факторы, препятствующие сотрудничеству региональных компаний и компаний города Алматы**



Нежелание делиться своими наработками, методиками, подходами к проектам;

Опасения в том, что партнер переманит клиента к себе;

Сомнения в качестве выполняемых работ.

## ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В ТРЕНИНГЕ «КЛЮЧЕВЫЕ НАВЫКИ КОНСУЛЬТАНТА»

Исследование показало, что тренинги являются достаточно востребованной формой обучения и повышения квалификации в консалтинговых компаниях. Так, обучение на специализированных тренингах с привлечением стороннего консультанта проводили 65% обследованных консалтинговых компаний. Средняя частота обращений к услугам тренингов – 3-4 раза в год.

### Заинтересованность принять участие в тренинге «Ключевые навыки консультанта»



Исследование показало, что тренинг «Ключевые навыки консультанта» имеют неплохой потенциал в будущем. Об этом говорит тот факт, что более половины обследованных компаний, не участвующих в данном тренинге (63%) выразили желание и готовность принять участие в нем.

Основные виды навыков и компетенций, потребность в которых испытывают консалтинговые компании для успешной реализации проектов, сосредоточены в отношении развития навыков убеждения и исследований и анализа.

### Виды навыков и компетенций, в развитии которых испытывают потребность консультанты

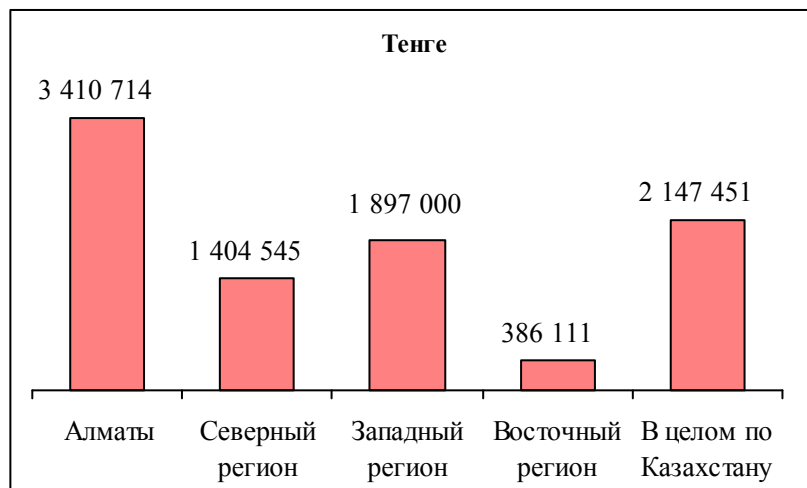


# ОЖИДАНИЯ И ПОТРЕБНОСТИ В МЕРОПРИЯТИЯХ ПО ПОВЫШЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

Половина обследованных компаний испытывает потребность в специализированных тренингах с привлечением стороннего консультанта. Наибольшую потребность в таких тренингах испытывают региональные консалтинговые компании (64%), в то время как в Алматы потребность в этих тренингах испытывает более трети компаний (36%).



## Мероприятия, в которых испытывают потребность консалтинговые компании



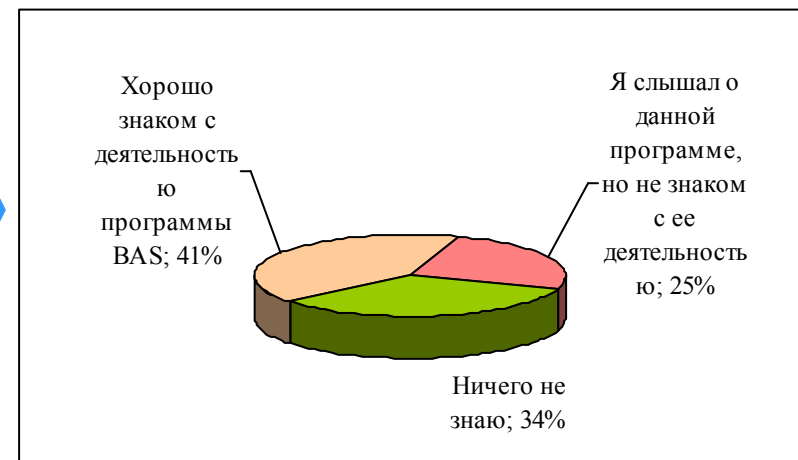
Большинство консалтинговых компаний (70%) готовы оплачивать эти тренинги и другие обучающие мероприятия для сотрудников.

Среди регионов наибольшая сумма, которую компании готовы выделить на обучающие мероприятия, зафиксирована в Западном регионе – 1 897 000 тенге, в то время как самый маленький бюджет был отмечен в Восточном регионе – в среднем 386 111 тенге.

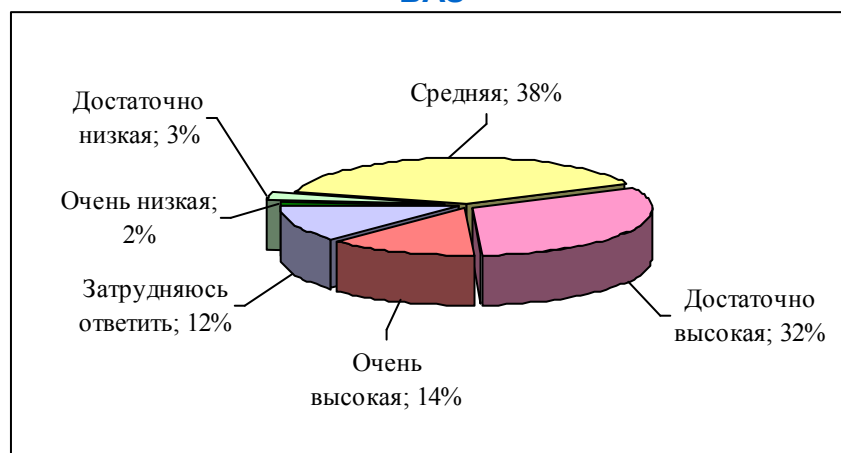
Исследование выявило в целом высокий уровень известности консалтинговых компаний относительно деятельности Программы BAS по поддержке развития консалтинговых услуг в Казахстане (66%). Однако в этом числе, очень высок процент поверхностного знания – 25%.

Большинство компаний, осведомленных о Программе BAS, знают, что Программа осуществляет частичное субсидирование консультационных услуг, оплачивая 50% от стоимости консультационного проекта.

## Осведомленность о Программе BAS



## Оценка эффективности деятельности Программы BAS



Оценка, выставленная консалтинговыми компаниями по параметру эффективности работы Программы BAS, оказалась довольно высокой.

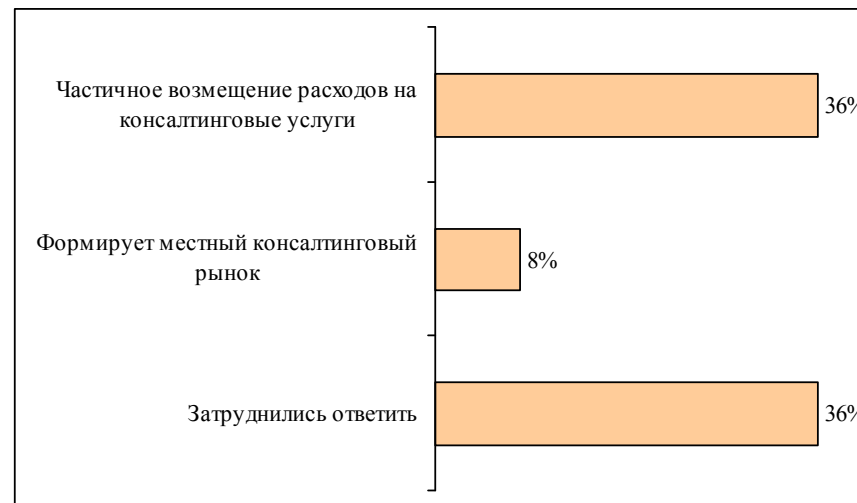
Так, практически половина компаний (46%) отметила, что эффективность деятельности Программы BAS – высокая, при этом 32% заявили, что эффективность достаточно высокая, а 14% – очень высокая. Обращает на себя внимание тот факт, что подобные оценки характерны для всех регионов Казахстана в равной степени.

# РОЛЬ ПРОГРАММЫ BAS В РАЗВИТИИ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

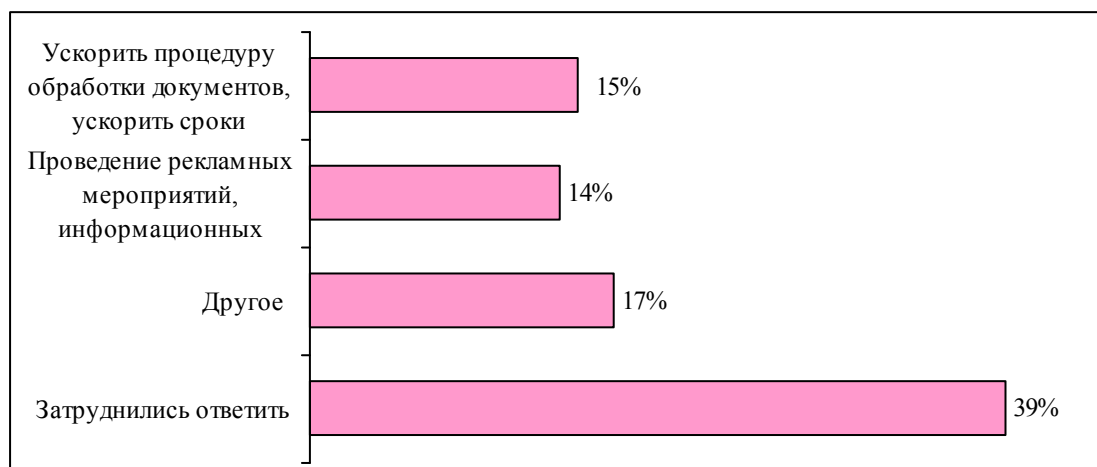
## Недостатки Программы BAS



## Преимущества Программы BAS



## Меры, которые необходимо предпринять Программе BAS



← Основные пожелания респондентов в плане улучшений условий поддержки, оказываемых Программой BAS, сводятся к упрощению процедуры подачи и оформления документов для участия в Программе.

# РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ КОНСАЛТИНГОВОГО РЫНКА



## ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Совершенствование  
консалтингового рынка  
в Казахстане должно  
осуществляться по  
двум взаимосвязанным  
направлениям**



Формирование  
спроса

Повышение качества  
предложения

## ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Основные пути  
формирования  
спроса**



Осуществление системных, целенаправленных, комплексных и разносторонних мер по повышению культуры ведения бизнеса, прежде всего, по внедрению инновационного стиля предпринимательства, практики стратегического планирования, современных методик исследования рынков и оценки результатов производственно-хозяйственной деятельности

Повышение доверия к консалтинговым компаниям и к самому институту консалтинга, достигаемое как с помощью информационно-коммуникационных мероприятий, так и реальным повышением уровня предлагаемых продуктов и услуг

## ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**Основные пути  
повышения качества  
предложения**



Создание негосударственной (корпоративной) системы профессиональных стандартов консалтинга, на основе которой будет осуществлена основательная чистка контингента поставщиков консалтинговых услуг

Организация систематического обучения консультантов методологии и техники консалтинга, что должно привести к появлению в Казахстане корпуса действительно профессиональных консультантов

## ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

На сегодняшний день для вхождения на рынок не существует формальных барьеров. Государство практически устранилось от регулирования данной сферы.

Вакуум профессиональной стандартизации и контроля следует заполнить



Создание и деятельность профессиональных ассоциаций консалтинга, которые могут создаваться и как объединения юридических лиц, и как организации на основе индивидуального членства

# РЕКОМЕНДАЦИИ КОНСАЛТИНГОВЫМ КОМПАНИЯМ

Провести обязательную ревизию базовых стратегий.

Основной упор



Диверсификация продуктовых линеек и выход на региональные рынки

Стратегии дифференциации особенно актуальны для компаний, оказывающих тренинговые услуги, поскольку, как показало исследование, форматы и тематика этих услуг страдают однотипностью.

Возможное конкурентное преимущество консалтинговых компаний



Наличие постоянных штатных сотрудников из числа действительно известных своими профессиональными достижениями и публикациями специалистов

Использование стратегии персонификации бренда

Консалтинговым  
компаниям имеет смысл



Широко пропагандировать совместно с клиентами опыт эффективного консалтинга на основе конкретных примеров

Использовать тренинги как инструмент стимулирования реальных и потенциальных потребителей консалтинговых услуг

Особое внимание уделить повышению лояльности клиентов, использовать систему скидок за повторные обращения льготного или бесплатного консультационного сопровождения выполнения проектов

# РЕКОМЕНДАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЯМ, СОДЕЙСТВУЮЩИМ РАЗВИТИЮ КОНСАЛТИНГА

Стимулировать



Создание в Казахстане сильных и влиятельных профессиональных ассоциаций консультантов или, по крайней мере, площадки для систематического общения консалтинговых компаний, обмена опытом, поддержание принципов добросовестной конкуренции

Разработку «Кодекса профессионального консалтинга» на основе существующих международных аналогов

Включение консалтинговых компаний в программу журнала «National Business» «Листинг казахстанских брендов»

Выступления в деловой печати консультантов в качестве экспертов по актуальным проблемам развития экономики и бизнеса

# РЕКОМЕНДАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЯМ, СОДЕЙСТВУЮЩИМ РАЗВИТИЮ КОНСАЛТИНГА

Создать



Базу профессиональных консультантов по отраслям и предметным областям, распространив ее среди консультантов

Брошюры, серию публикаций в деловой печати постоянные журнальные рубрики об опыте ведущих казахстанских компаний, о зарубежном опыте консалтинга, об эффективных консалтинговых проектах

Провести



Конференцию «Казахстанский консалтинг: пути к эффективности и востребованности», в которой будут участвовать как поставщики, так и потребители, консалтинговых услуг. Для стимулирования участия в конференции провести ее в рамках мастер-класса видных международных консультантов

Широкое обсуждение на основе предварительных публикаций результатов данного исследования в комплексе с ожидаемыми результатами идущих в настоящее время проектов по изучению консалтингового рынка



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!