

## ОЦЕНКА СПРОСА НА УСЛУГИ КОНСАЛТИНГА И БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ КАЗАХСТАНА

*Т.П. Хасанова*

### **Аннотация**

В статье представлены результаты изучения спроса на услуги консалтинга и бизнес-образования предпринимателями Казахстана. Автор вводит классификацию «догоняющий, поддерживающий и развивающий» спрос по степени временной направленности знаний и услуг на решение проблем и развитие бизнеса. По итогам опроса предпринимателей трех регионов республики выявлена недостаточная актуализация спроса на инструменты будущего развития бизнеса. Консерватизм мышления и недооценка ценности знаний, как ключевых инвестиций в бизнес, приводит к возобновлению проблем и отставанию в развитии казахстанского предпринимательства.

**Ключевые слова.** Спрос «догоняющий, поддерживающий и развивающий», форсайт, бизнес-консалтинг, компетенции предпринимателей

Сегодня, когда компетенции устаревают стремительно, совершая путь «периода полураспада компетенций» в течение 4-5 лет с момента приобретения таковых компетенций до их девальвации на 50%, современный человек оказывается потрясен необходимостью вновь и вновь усваивать информацию, на протяжении всей жизни становиться учеником и не иметь возможность накопить и передать свой опыт, свои ошибки и ощущения. К сожалению, понимания ценности тех или иных знаний приходит пост-фактум, когда человек уже столкнулся с проблемой разрыва между компетенциями, которые требуются на рынке и тем уровнем ЗУН, которыми он обладает [1].

Европейский Банк Реконструкции и Развития (далее ЕБРР) проводит в Казахстане совместную с государством программу поддержки и развития предпринимательства. В рамках программы формируется и продвигается система отечественного бизнес-консалтинга. Во всех регионах республики проводятся «Ярмарки консалтинга», на которых организуются встречи предпринимателей и специалистов, изучаются проблемы развития казахстанского бизнеса и предлагаются программы по развитию знаний и компетенций. Автор статьи является непосредственными участниками данных мероприятий и оказывает услуги обучения и консалтинга. Материалы опроса предпринимателей послужили основой для

определения спроса на бизнес-образование и оценки потребности предпринимателей в знаниях и компетенциях различного уровня.

При вторичной обработке анкет предпринимателей, полученных на мероприятиях ЕБРР, были выделены три уровня воздействия рассматриваемых образовательных тем на уровень развития и эффективность бизнеса. Первая категория направлена на восполнение знаний и компетенций для решения проблем, сформировавшихся в прошлом. К таким темам были отнесены сессии по обучению финансовой отчетности, управлению персоналом, созданию систем мотивации и т.д. Потребность в них возникает в том случае, когда ранее были совершены ошибки или неэффективные действия и теперь возникает необходимость исправить положение. Такие знания, образовательные продукты и спрос на них автор классифицировал как «догоняющие», подразумевая, что их получение помогает предпринимателям только догнать текущий уровень конкурентоспособности.

Вторая категория тем была определена как «поддерживающая», на сессиях ЕБРР к ней относились: внедрения апробированных программ 1С, CRM, систем менеджмента качества ISO, оптимизация процессов производства и т.п. В этом случае предприниматели ориентированы на внедрение методов, доказавших свою эффективность и наиболее распространенных на действующем рынке. Это позволяет «поддерживать» уровень конкурентоспособности бизнеса. Такие знания, образовательные продукты и спрос на них автор классифицировал как «поддерживающие».

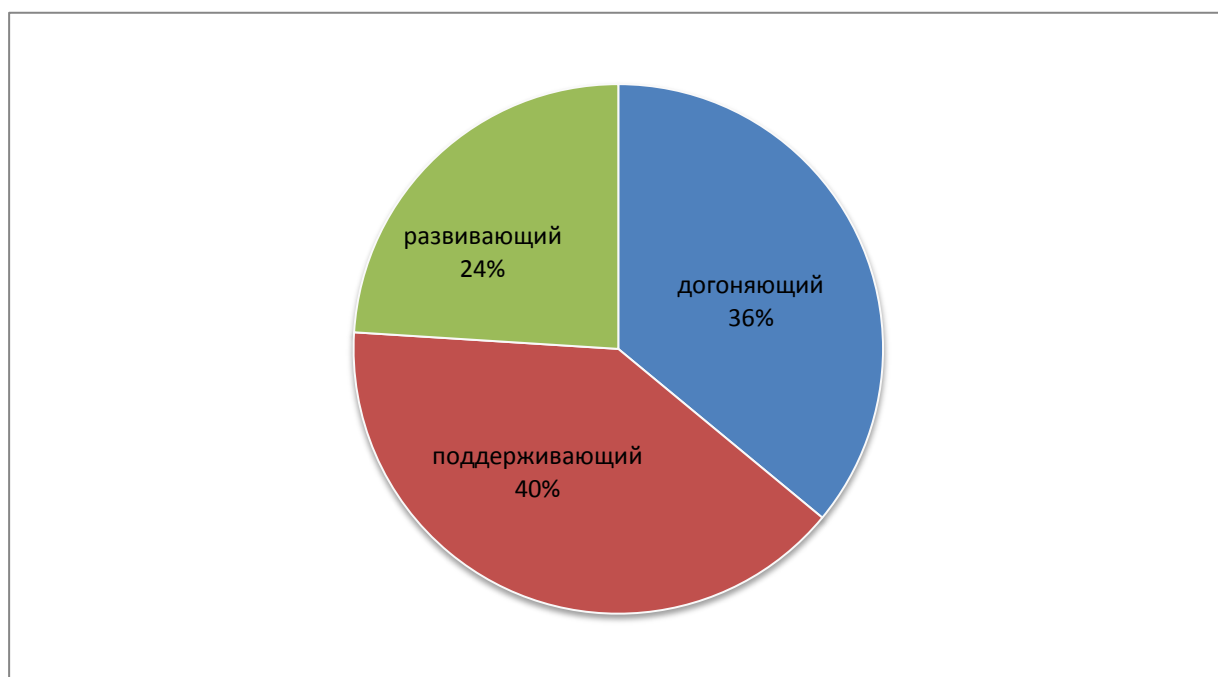
Третья категория тем, рассматриваемых на сессиях ЕБРР, была определена как «развивающая» или «форсайт». Разработка стратегии развития организации, внедрение экологического менеджмента и аудит энергоэффективности способны сформировать долговременные преимущества для компаний, укрепить их конкурентоспособность в будущем и развить бизнес в новом направлении. Такие знания, образовательные продукты и спрос на них классифицированы при вторичной обработке результатов анкетирования как «развивающие или форсайт».

Автор непосредственно принимала участие в анкетировании респондентов и выдвинула гипотезу о низкой мотивации казахстанских предпринимателей к форсайт-образованию. В таблице 1 приведены данные по оценке уровня спроса на услуги бизнес-образования, полученные на основе обработки ответов предпринимателей трех регионов Казахстана и непосредственных запросов услуг консалтинга по итогам встреч.

Таблица 1. Оценка уровня спроса на услуги консалтинга

Аудитория	Число респондентов	Уровень спроса на консалтинговые услуги %		
		догоняющи й	поддерживающи й	развивающи й
Восточный Казахстан (г.Усть-Каменогорск)	41	34	38	28
Северный Казахстан (г.Кокшетау)	41	47	28	25
Центральный Казахстан (г.Караганда)	56	36	39	25
Консалтинговые запросы	20	25	55	20
По совокупности	<b>138</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>24</b>

Представленность в выборке предпринимателей из трех регионов республики позволяет определить некоторую закономерность, характерную для казахстанского предпринимательства в целом. В результате обработки ответов 138 предпринимателей получена структура спроса (Рисунок 1), определяющая уровень актуальности с ориентацией на уровень развивающего воздействия. На рисунке 1 представлен график структуры спроса, рассчитанный по средним показателям совокупности.



## Рисунок 1. Структура спроса на услуги консалтинга

Спрос предпринимателей Казахстана на консалтинговые услуги можно охарактеризовать как консервативный. В числе запросов на проведение семинаров, консультаций, получение знаний и соответствующих продуктов бизнес-образования преобладает догоняющий (36%) и поддерживающий(40%) спрос.

Развивающий спрос составил в среднем 24% с небольшим отклонением. Невысокая актуальность спроса на знания и методики, способные изменить бизнес в будущем, приводит к постоянному возникновению проблем в прошлом и сложности их решения в настоящем. Можно сказать, что привычка тушить пожары у казахстанских предпринимателей сохранилась.

В ходе опроса предприниматели оценивали собственную потребность в знаниях и консалтинговых услугах и выгоды от их получения по 5-ти балльной системе. Это позволило провести оценку уровня актуальности спроса на догоняющие, поддерживающие и развивающие образовательные продукты. В таблице 2 представлены данные оценки по итогам проведения Ярмарки консалтинга в трех регионах Казахстана. Актуальность оценивалась по 5-ти балльной оценке, где: 0 (нет ответа) самый низкий балл, 5-самый высокий; число респондентов то же.

Таблица 2. Балльная оценка актуальности спроса

Регион	догоняющий	поддерживающий	развивающий
Восточный Казахстан (г.Усть-Каменогорск)	3,2	3,6	4,3
Северный Казахстан(г.Кокшетау)	3,1	2,6	2,2
Центральный Казахстан(г.Караганда)	3,1	3	2
Средний балл	3,1	3,1	2,8

Баллы, проставленные при оценке актуальности спроса, совпали по догоняющему и поддерживающему спросу. Средняя оценка 3,1 по 5-ти балльной шкале говорит о степени актуальности несколько выше средней (62% от максимальной актуальности). Предприниматели Казахстана оценивают свою потребность в знаниях для прошлых и настоящих проблем как существенную, но не жизненноважную.

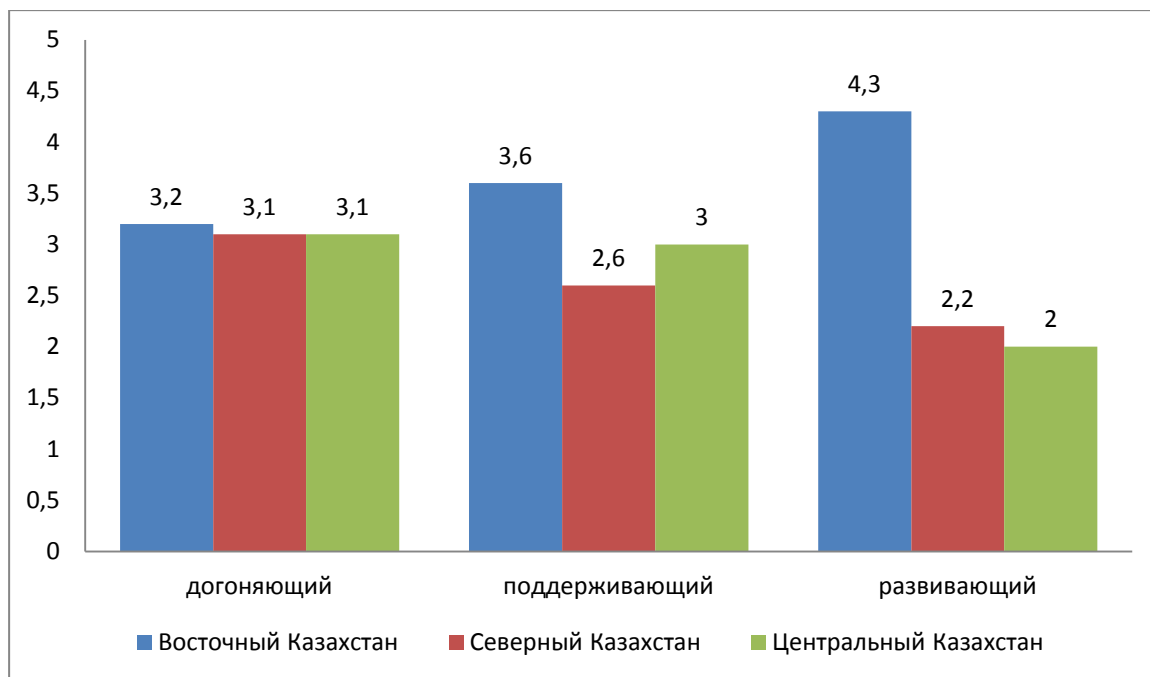


Рисунок 2. Актуальность оценки спроса на услуги консалтинга

На рисунке 2 видно, что по результатам оценки развивающий спрос в Восточном Казахстане получил большую оценку, чем в двух других регионах. На основании учета специфики региона, обладающего передовым промышленным производством (здесь расположены такие крупные предприятия как КазЦинк и Ульбинский металлургический завод, обрабатывающая промышленность занимает 41%) [2] можно предположить наличие более сформированного спроса на форсайт-образование. Однако результаты предыдущей оценки не позволяют подтвердить это предположение. Автор продолжит исследование актуальности спроса по материалам проведения Ярмарки консалтинга в других регионах и при получении более широкой сопоставимой базы можно будет достоверно оценить оценку 4,3 полученную в Усть-Каменогорске как проявившуюся закономерность или статистическую погрешность.

Обобщая результаты изучения спроса на услуги консалтинга и бизнес-образования предпринимателей Казахстана можно сделать следующие выводы. Мышление предпринимателей республики в значительной степени остается консервативным, роль знаний, услуг консалтинга и продуктов бизнес-образования как инструментов развития бизнеса находится на уровне средней актуализации. Спрос формируется в первую очередь на те инструменты и методы, которые могут решить проблемы, ставшие насущными из-за ошибок в прошлом управлении или остро проявляющиеся в настоящем. Ценность знаний, как инвестиций в будущее, не воспринята казахстанским бизнес-сообществом. Это приводит к

воспроизводству проблем в развитии и порождает специфику спроса на услуги консалтинга и бизнес-образования. Необходимо дальнейшее изучение механизмов формирования спроса и разработка эффективной модели форсайт-маркетинга, для продвижения услуг и знаний, способных развивать бизнес в долгосрочном периоде.

#### Библиографический список

1. Вершловский С. Вызовы научно-технической революции и образование // Новые знания. – 2008. - №8. – 23 с.
2. KAZDATA. Маркетинговый справочник. [электронный ресурс] <http://kazdata.kz/04/2015-kazakhstan-east-oblast-305-310-311.html> дата обращения 03.05.2017