

ОЦЕНКА РОЛИ ИНФОРМАЦИОННО- КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ В РАЗВИТИИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е.Ю. Бурдин, К.Ю. Тувыкин

Нижегородский государственный университет

Статья освещает проблему поддержки развития малых и средних предприятий с помощью профессиональных информационно-консультационных услуг по вопросам бухгалтерского учета и аудита, юридическим, налоговым и финансовым изменениям в законодательстве и многим другим. Сегодня эта проблема решается с помощью большого количества консалтинговых фирм, но вопрос о качестве предоставляемых услуг и плате за них остается острым. В статье подчеркивается роль государства в этой системе обмена информацией, которое могло бы в целях развития экономики страны консультировать малые предприятия на бесплатной основе или на льготных условиях.

Важным фактором, определяющим эффективность функционирования и развития малых и средних промышленных предприятий (МСП), является возможность получения квалифицированной консультационной помощи руководителями и специалистами в различных сферах деятельности. Эта помощь должна предусматривать и возможность выбора наилучших вариантов решений из имеющихся альтернатив, и чисто информационную помощь об окружающей внешней среде: конкурентах, рынках, тенденциях развития событий и т. д.

Средства массовой информации должны играть большую роль в формировании позитивного общественного мнения о малых и средних промышленных предприятиях, их месте в развитии экономики России и в удовлетворении потребностей населения, никоим образом не отождествляя их с предприятиями торговли и услуг.

Важнейшей задачей в системе государственной поддержки МСП является оказание им консультационной и информационной помощи. Здесь следует учитывать и зарубежный опыт — в большинстве стран функционирует разветвленная сеть организаций, предоставляющих консультативные услуги, научно-техническую информацию и рекомендации, касающиеся различных сторон функционирования малых и средних предприятий, за весьма умеренную плату или бесплатно. Роль данной формы поддержки МСП существенно возрастает на настоящем, по сути начальном, этапе развития данного сектора в России.

Следует отметить, что появившиеся в пореформенный период многочисленные консультационные фирмы предлагают услуги, качество которых никто не гарантирует, так же как и ответственность самих консультантов. Практика между тем, показывает, что главной целью подавляющего большинства консалтинговых структур является получение платы за их оказание. Так, например, на одном из средних предприятий Н. Новгорода консультационная фирма оказывала услуги по сертификации продукции по международному стандарту ИСО-9000 без какой-либо гарантии, что продукция будет сертифицирована по этому стандарту. Поэтому деятельность консалтинговых фирм должна находиться под строгим госу-

дарственным контролем. Кроме того, по основополагающим проблемам развития МСП эту деятельность должны осуществлять главным образом сами государственные структуры.

Профессиональные консультации охватывают такие сферы, как бухгалтерский учет, аудит, финансовые, налоговые и юридические вопросы, страхование, бизнес-консалтинг, научно-технические разработки, исследование рынка и реклама, подготовка бизнес-планов и инвестиционных проектов, сертификация и лицензирование продукции, материально-техническое и программное обеспечение, обучение персонала и др.

Эти услуги могут относиться по своей природе к товарам доверия. Это создает проблемы в консультационном процессе, и в частности в диагностике деятельности МСП, представлении проектов решений, мониторинге исполнения предложений консультантов. Эта проблема существует не только для пользователя, но и для поставщика услуг. Если даже консультант предлагает услуги высокого качества, то ему трудно порой рассчитывать на объективность пользователя, даже после того как они действительно дали ожидаемые результаты. Попытки консультанта сделать это встречаются нередко с недоверием, поскольку персоналу кажется, что вклад консультантов в полученные результаты невелик, а главная заслуга — самого предприятия. Таким образом, способность пользователя судить о качестве консалтинга зависит от уровня образования, степени компетентности, а порой и от добросовестности потребителя услуг. В части последней (добросовестности) потребитель может заявить, что его предприятие и без полученных консультаций достигло бы таких же результатов, и этим самым снизить плату за оказанные услуги.

Анализ влияния масштабов в сделке, касающейся деловых услуг, должен в основном опираться на особенности функционирования МСП. Среди разнообразных характеристик последних, в контексте рассмотрения их как пользователей профессионального консультирования, важную роль играют незначительный масштаб деятельности, индивидуальность и относительная независимость МСП.

Большое разнообразие видов деятельности малых и средних промышленных предприятий создает потенциальный спрос на весьма диверсифицированные консультационные услуги. При этом надо отметить, что относительные затраты на консалтинг наиболее велики на малых предприятиях, в результате чего их потенциальный спрос на получение информационно-консультационных услуг зачастую не превращается в реальный, и поэтому небольшой масштаб деятельности нередко обуславливается низкой эффективностью в сфере стратегии, планирования и маркетинга, что связано с нехваткой специализированных кадров в области управления персоналом, маркетинга, финансового планирования, контроля, юридических вопросов. Все это нередко сочетается с низким уровнем образования руководителей и персонала МСП. Кроме этого, из-за необходимости решения большого количества текущих вопросов у руководителей и специалистов МСП не хватает времени для самостоятельного решения стратегических и оперативных проблем, что, с одной стороны, создает потребность в услугах в этой области, а с другой — обостряет проблему маркетинга этих услуг.

Проблема компетентности потенциального потребителя услуг для консультационных фирм заслуживает особого внимания. Различия в профессиональных знаниях между специалистами в МСП, с одной стороны, и в больших фирмах, с другой стороны, связаны с тем, в какой степени знания являются интуитивными и в какой эмпирическими. Руководители крупных предприятий могут правильно

действовать, опираясь и на интуицию, и на опыт. В малом же и среднем бизнесе у большинства руководителей (если, отметим, они не пришли с крупных предприятий) нет ни того, ни другого. И поэтому при принятии решений им не остаётся ничего иного, как действовать методом проб и ошибок.

Эмпирический характер знания имеет преимущества: он опирается на неформальное выполнение задачи, исключает множество письменных планов, проектов и процедур и таким образом обеспечивает гибкость. Он допускает большую степень автономности в работе, обеспечивает руководителю удовлетворенность и создает достаточно высокий уровень мотивации. Однако такой характер знаний порождает проблему усвоения новых знаний и технологий, предлагаемых консалтинговыми фирмами. И в этой части руководители и персонал МСП находятся в лучших условиях по сравнению со своими коллегами на крупных предприятиях, поскольку они не связаны прошлым опытом (эмпирическими знаниями). Однако здесь кроется и немалая опасность пойти по ошибочному пути, если новые знания консалтинговыми фирмами не проверены практикой.

Одной из особенностей МСП, как пользователей консалтинговых услуг, является склонность к не всегда обоснованной экономии на данном виде затрат. Эта проблема усугубляется, с одной стороны, высокой ценой консалтинга, а с другой — наличием для консалтинговых структур так называемых пороговых затрат на оказание информационно-профессиональных услуг, которые не зависят от размера будущего договора, поскольку эти затраты определяют точку безубыточности консалтинга. К ним, например, относятся оплата командировочных расходов консультанта, затраты на проведение предварительной диагностики состояния производства и оценки потребностей потенциального партнера в консалтинге и др.

Пороговые затраты являются более весомыми при сделках с малым объемом потребных услуг, характерным для МСП, что создает для них проблемы как для пользователей консультационных услуг. Высокие затраты, например, на проведение маркетингового анализа не окупятся, если объем производства продукции ниже некоторой критической величины.

Крупные предприятия меньше склонны к экономии на объеме и качестве консультаций, потому что они могут получить значительный эффект при вложении средств, например, в исследование рынка или в создание своего позитивного имиджа.

Так как затраты на консалтинговые услуги имеют слабую связь с объемом производства, то они тяготеют к группе постоянных. Следовательно, невозмещение осуществленных консалтинговых затрат представляет для МСП серьезную угрозу. Поэтому если сделка требует значительных затрат со стороны потребителя консалтинговых услуг, то меньший по масштабам деятельности пользователь будет требовать большего количества гарантий и из-за большей необходимости экономии финансовых ресурсов, и из-за меньшей способности перенести возможную потерю вложенных средств.

Следует отметить и такие особенности работы консалтинговых фирм с не крупными клиентами, как недостаток у последних надежных информационных данных. Это обычно чаще устная, чем письменная информация, что создает проблемы на всех стадиях консультационного процесса, и особенно при проведении организационной и финансовой диагностики.

Таким образом, из-за влияния масштаба малые и средние промышленные предприятия намного труднее обеспечиваются за счёт своих ресурсов профессио-

нальными деловыми услугами, нежели большие. Эти проблемы могут быть *смягчены стандартизацией методов* и процедур процесса консалтинга. Часть методов может быть стандартизирована по отраслевому принципу. Другая часть стандартизируется по функциональному принципу (типовые учредительные документы, методика финансовой и организационной диагностики, пакеты документов по лицензированию и стандартизации, набор наиболее типичных мероприятий в сфере маркетинга, страхования рисков, стратегического планирования и т.п.). Консалтинговыми фирмами, работающими для российских МСП, накоплен определенный опыт в этой области: широко используются программы компьютерной бухгалтерии, разработаны типовые формы контрактов и договоров, начинается внедрение адаптированной для отечественных условий компьютерной системы инвестиционного проектирования «Project Expert». Это *позволяет уменьшить* затраты на оказание консультационных услуг, предназначенных для удовлетворения наиболее типичных потребностей индивидуального пользователя.

Стандартизация является более легкой в тех сферах, где существуют достаточно жесткие законы или нормативные акты. Это касается обычно юридических вопросов, бухгалтерского учета и страхования. Стандартизация более трудна, когда консультация требует *творческого поиска*, использования субъективной оценки или персонального навыка консультанта. А именно от *этой сферы деятельности* в очень большой степени зависит стратегия развития МСП.

Стандартизация консалтинговых услуг предоставляет ряд преимуществ как для их поставщика, так и для пользователя. Для первого это относительно низкие затраты на подготовку стандартных консультационных модулей, быстрая окупаемость благодаря расширению числа клиентов, использование стандартных методов диагностики, уменьшающих пороговые затраты на консультацию. Кроме этого, стандартизированный продукт, в том числе и консультационная услуга, создаст также стандартные требования на информационные и административные процедуры в фирме пользователя, что позволяет применять стандартные схемы информационных и административных процедур, упрощать процесс внедрения новшеств, снижать уровень затрат по мониторингу предложений консалтинговой фирмы. Для пользователя консультационной услуги стандартизация резко уменьшает затраты на консалтинг, повышает качество управления и эффективность хозяйственной деятельности вследствие расширения доступа к услугам, снижает риск завышения цен консультационными фирмами.

Но стандартизация имеет и определенные негативные аспекты. Для поставщика услуг уменьшаются возможности дифференцировать консультационные услуги и таким образом создавать лояльного и зависимого клиента на более выгодной основе. Для пользователя ухудшается приспособляемость к конкретным условиям производственной деятельности, что порождает недовольство качеством стандартных консультационных модулей.

Отмечая положительные и отрицательные элементы *стандартизации* в сфере консалтинга, укажем, что, *с нашей точки зрения, она всегда будет носить ограниченный характер* в силу специфики данного вида деятельности, которая должна учитывать конкретные особенности, связанные с функционированием конкретного предприятия.

Потребности и возможности стандартизации, с одной стороны, и дифференцирования консалтинга, с другой стороны, зависят от различных типов профессиональных услуг и различных рыночных условий.

Стандартизация консультационных услуг тесно связана с осуществлением государственной политики консалтинга как формы поддержки вновь возникающих и развивающихся малых и средних промышленных предприятий. Проблема недоступности для большинства предприятий, особенно малых, услуг консультационных фирм может быть частично снята с помощью *организации многопрофильных консалтинговых центров*. Они *должны организовываться* в областных городах и центрах автономных республик при финансовой помощи *федеральных органов власти*, ответственных за развитие предпринимательского сектора экономики.

Кроме того, и это особенно важно подчеркнуть, *консультации по основополагающим проблемам функционирования МСП должно взять на себя государство и проводить это консультирование либо на бесплатной основе, либо с оплатой, учитывающей конкретные особенности и реальные возможности промышленных предприятий*. При этом, безусловно, государство на первое место должно ставить общенациональные интересы развития экономики России. С нашей точки зрения, государство должно бесплатно консультировать МСП:

- по приоритетным отраслям функционирования МСП;
- по состоянию общероссийского рынка продукции МСП;
- по налоговым льготам в сфере приоритетных отраслей;
- по возможностям и поддержке, в том числе и централизованными инвестициями, использования малыми и средними промышленными предприятиями достижений НТП;
- по системе государственного страхования;
- по качеству консультирования общероссийских негосударственных консалтинговых структур и др.

С целью повышения *качества консалтинговых услуг* региональных консультационных организаций *мы считаем необходимым организовать функционирование этих структур на основе паевых взносов МСП с учетом, безусловно, величины и потребности в услугах этих предприятий. Это обеспечило бы большую ответственность консультационных фирм*, функционирующих на кооперативных началах, и сделало бы их деятельность более открытой и контролируемой, в первую очередь в качественном аспекте. Последнее представляется особенно важным. Выше мы уже указывали на факты недобросовестности консультантов. Приведем еще один. Обосновавшаяся в столице консультационная маркетинговая фирма гарантировала предоставление одному из крупных предприятий Н. Новгорода достоверной информации о тех регионах России, где сбыт продукции этого предприятия также будет гарантирован. Эта фирма действительно представила многотомный отчет с указанием конкретных регионов и конкретных организаций сбыта. Последующая проверка заводских специалистов по указанным в отчете телефонам показала, что в большинстве регионов и организаций о вышеуказанной консультационной фирме ничего не знают и она с ними никакой связи не имела. К этому следует добавить, что одним из руководителей этой фирмы был человек, одно время занимавший достаточно высокую должность во властных структурах России. В свете вышеизложенного можно сделать вывод, что *контроль пользователей* за деятельностью консультационных фирм должен *исключать подобные явления* и под этот контроль должна быть подведена юридическая база.