**Консалтинг: мода или необходимость?**

Наталья Маева

В последнее время все более активно в деловой мир стало входить загадочное слово "консалтинг". Вокруг него формируется какой-то особый ореол значимости и в тоже время необычности. Обращаться за услугами к консалтинговым фирмам - это престижно или удобно? Приглашение консультантов - это дань моде или суровая необходимость?

Целый ряд подобных вопросов все чаще и чаще возникает в деловой сфере. При этом пожалуй самым актуальным вопросом является незнание того, что же это такое консалтинг и чем он реально может помочь. С одной стороны слово консалтинг говорит как бы само за себя - это возможность обратиться за консультациями к специалистам. Но очень часто оказание подобных услуг предполагает более глубокое сотрудничество, которое не ограничивается только лишь консультациями. Но это уже будет зависеть от того, о каких конкретно консалтинговых услугах идет речь, каков профессиональный уровень консультантов и насколько ответственно они подходят к стоящим перед ними задачам. При проведении переговоров с клиентами очень часто узнаешь, что у них ранее был уже определенный опыт общения с консультантами. При этом в одних случаях фирма, претендующая на оказание консалтинговых услуг, вела себя даже во время проведения переговоров настолько непрофессионально, что клиент начинал сомневаться в ее компетентности. В других случаях приход консультантов ограничивался лишь весьма "туманной" оценкой состояния дел и неясными советами по исправлению ситуации. При этом, когда требовалось давать действительно конкретные советы и принимать важные решения, руководитель оказывался один на один со своей проблемой. Ему показывали цель, говорили о том, что надо изменить и благополучно уходили к следующему клиенту. А вот как провести эти изменения с наибольшим эффектом и наименьшими потерями уже было как бы делом руководителя. Мы сказали "как", вот и действуйте. В этом случае можно было давать любые советы-консультации и не нести за них никакой ответственности.

Подобная ситуация напоминает анекдот про сову, к которой пришли мыши и пожаловались, что их все обижают. Сова дала весьма перспективный совет: "Станьте ежиками!". Мыши вполне удовлетворенные этим предложением убежали. Но вскоре вернулись и поинтересовались: "А как нам стать ежиками?". На что получили ответ: " А это уже не мое дело. Я - СТРАТЕГ!"

И действительно в деятельности организации решение многих проблем требует рассмотрения не отдельно какого-то вопроса- аттестации персонала или обучения, а целого ряда вопросов, затрагивающих позицию компании на рынке, организационную культуру, маркетинговую стратегию и эффективность рекламы. Немаловажным является и финансовый менеджмент. Решение только одной из этих проблем это только шаг, пусть даже и весьма значимый на пути к созданию эффективной организации. Но если не учитывать всех составляющих успешного бизнеса, вряд ли можно гарантировать получение действительно значимых результатов. Консалтинг может быть финансовым, по эффективному сбыту, по рынку недвижимости, по вопросам управления (организационно-кадровый) и т.д. Понятие консалтинга может охватывать достаточно широкий спектр вопросов в различных областях деловой жизни. Но на сегодняшний день больше всего интереса возникает именно к управленческому консультированию. Наиболее важными являются вопросы о том, какие фирмы можно считать консалтинговыми и какой спектр услуг они могут предоставить. Появляются и попытки в прессе провести какую-либо классификацию подобным компаниям. Особенно удивила аналитическая статья в одной из популярных газет, где все фирмы были разделены на две категории: кадрово-психологические агентства и консалтингово-тренинговые компании. На сегодняшний день большинство консалтинговых фирм успешно объединяют и деятельность, связанную с подбором персонала для компаний и оказанием консалтинговых услуг в области управления персоналом,построения эффективной организации. Что касается категории консалтингово-тренинговых, то трудно понять как можно объединять эти понятия. Тренинг - одна из форм обучения (выработки конкретных навыков), а консалтинг - это направление деятельности компании, вид оказываемых услуг без конкретизации области их применения, также как: производственные, инвестиционные и.д. Фирма может быть консалтинговой, но не проводить обучающих тренингов. Есть ряд фирм, которые проводят тренинги, но не имеют никакого отношения к консультированию. Но что самое интересное, что после моих долгих объяснений о том, какие тренинги проводятся нашей фирмой и подробного рассказа о всем спектре оказываемых нашей компанией консалтинговых услуг, мы увидели, что по каким-то совершенно непонятным личным критериям автора нас не смотря на протесты отнесли к категории кадрово-психологических агентств. Трудно сказать, какие мотивы выступают в подобных аналитических обзорах на первом месте: некомпетентность фирм-авторов или сильно обострившаяся конкуренция среди консалтинговых фирм, которая требует жесткого вытеснения конкурентов любыми путями… Если говорить о сегменте рынка фирм, занимающихся организационно-кадровым консультированием, то серьезно формироваться он начинает только сейчас. До сентября 1999 года на рынке действовало не более 10 активно работающих и активно рекламирующихся агентств, занимающихся подбором персонала. При этом большинство из них не стремились к расширению спектра своих услуг. Их финансовое состояние было весьма неустойчивым. Многие, не считая наиболее крупных, значительно снижали интенсивность рекламной деятельности и стремились к объединению. Относительно малое число заказов на подбор не позволяло компаниям расширять свою деятельность. Консалтинговыми услугами реально занималось не более 5-6 агентств. Из них рекламировали эту деятельность не более трех организаций. При этом, реально вся деятельность по оказанию услуг, связанных с организационно-кадровым консультированием, сводилась к работе с несколькими крупными компаниями, что позволяло иметь достаточно стабильный доход и не заботиться о поиске новых клиентов. Уже к сентябрю 2000 года число кадровых фирм, предлагающих консультационные услуги и обучение значительно возросло. Вместе с количественным ростом становится заметной и тенденция к все большему расширению спектра предлагаемых услуг, а также значительному росту компетентности и профессионализма фирм-консультантов. Уже сегодня заметно, что консалтинговые фирмы и отдельные консультанты стали больше ориентироваться на потребности рынка и проявлять большую активность в маркетинге своих услуг. Однако, не смотря на значительный рост потребности в подобного рода услугах, рынок потенциальных клиентов по-прежнему практически не задействован. Нет четко сформировавшегося представления о том, какими должны быть эти услуги, какого профессионального уровня консультантов они требуют, чем должна определяться ценовая политика оказываемых услуг и по каким критериям можно оценивать их эффективность. Очень многое зависит от личностей самих консультантов, насколько профессионально они умеют устанавливать взаимоотношения с клиентом и персоналом компании, обратившейся за подобными услугами. Не мало важным является круг вопросов, по которым компетентен консультант, а также его практический опыт. Сама профессия консультанта становится все более распространенной: бизнесмены и руководители фирм все больше осознают потребность в услугах консультантов, хотя поначалу относились к этому новшеству весьма скептически. Консультанты по вопросам управления постоянно сталкиваются с новыми проблемами, которые требуют особого подхода и новых методов решения. Они постоянно повышают свой уровень, изучая новые технологии в области управления организацией, многому учатся у своих клиентов. Директор компании, если его карьера развивается достаточно успешно, может столкнуться с необходимостью принимать какие-либо кардинальные решения только несколько раз. Консультанту же приходится заниматься подобными вопросами каждую неделю. С. Н. Паркинсон, анализируя проблемы консалтинга писал: "Пять лет работы консультантом - то же самое, что пятидесятилетний опыт обычного бизнесмена". Обобщая сказанное, можно с уверенностью сказать о том, что потребность в консалтинговых услугах будет расти. Возросшая конкуренция будет требовать от руководителей более профессионального подхода к управлению, к решению организационных и кадровых задач. Именно консультанты смогут рассказать руководителям о новых управленческих технологиях, помогут со стороны оценить все сильные и слабые стороны компании и выработать наиболее эффективную стратегию управления. Специалисты в области управления окажут также содействие в проведении инновационных изменений и возьмут на себя ряд наиболее трудных проблем. Все это даст новый толчок развитию бизнеса в вашей компании.