

Направления развития белорусских консалтинговых компаний

Направление развития	Ключевые рекомендации
Создание сильного бренда	Выбор удачного названия с учетом опыта крупнейших компаний отрасли («КПМГ», «Сивитта» и пр.)
Повышение узнаваемости и эмпатии среди клиентов	Выделение ключевых для фирмы аспектов развития в целях разработки маркетинговой стратегии и создания доверительной связи с клиентом
Реализация новых видов маркетинговых кампаний	Распространение практики мероприятий pro-bono. Ключевая цель — пиар, а значит соответствующее информирование клиентов (на сайте, в брошюрах, журналах, новостях Интернет-порталов).
<i>Endorsement</i> — использование знаменитостей в рекламе	Сотрудничество с известными людьми с хорошей репутацией в коммуникации B2C (Дарья Домрачева и <i>B&B Insurance</i>); с руководителями компаний, банков в коммуникации B2B)
Распространение принципа «малинового варенья»	Крупным компаниям («Юнитер», «ИПМ-Консалт») — ориентация на крупных клиентов, чтобы составить конкуренцию крупным международным компаниям. Мелким узкоспециализированным компаниям — стратегия ориентации на малый и средний бизнес
Повышение квалификации персонала	Сертификации белорусских специалистов в сфере консалтинга (по примеру финансирования сертификации аудиторов в КПМГ)
Изменения в кадровой политике	Активизация системы стажировок (внутри фирмы, страны, международных) и мотивации сотрудников (система бонусов)

Рассуждения о критериях выделения подмены оснований в экономическом дискурсе следует заключить в следующее гносеологически очерченное рамочное пространство.

Экономический дискурс как интегративная совокупность определенных коммуникативных актов детерминирует отбор релевантных понятий и высказываний, а также выбор коммуникативных стратегий их связи между собой. Являя собой единую дискурсивную формацию (по М. Фуко), дискурс создает границы для коммуникативной и познавательной, а значит и речевой, деятельности человека, отсекая все то, что не попадает в его пространство. Установленные критерии определения подмены оснований в совокупности с онтологическим определением самого приема ложной аргументации и выделенными признаками подмены оснований позволяют адресату / реципиенту не попасть в коммуникативную ловушку, преднамеренно или нет подготовленную адресантом.

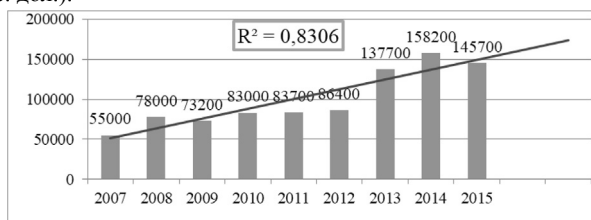
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ БЕЛАРУСИ

Стефанович И. В., Медведева Е. А., Белорусский государственный университет

Развитие консалтинга в стране во многом определено моделью, по которой развивается сектор услуг в целом.

Удельный вес сектора услуг в национальной экономике не соответствует тенденциям постиндустриальных экономик, хотя динамика абсолютных пока-

зателей отражает его непрерывный рост. В связи с отсутствием данных Национального статистического комитета Республики Беларусь объем рынка консалтинга в стране можно отследить только на основе объема экспорта консалтинговых услуг. На основе построенной модели линейной регрессии можно предположить, что к 2017 г. объем экспорта консалтинговых услуг в Беларуси достигнет приблизительно 170 тыс. дол., что на 7 % превысит максимальный уровень за 2007—2015 гг. и на 16,7 % превысит уровень экспорта в 2015 году (около 146 тыс. дол.).



Регрессионная модель динамики объема экспорта консалтинга в Республике Беларусь

По состоянию на 2012 г. большинство компаний Беларуси оказывали консультационные услуги в сфере аудита (41 %), налогового и юридического консультирования (16 %) и оценки имущества (13 %). Вместе с тем, наиболее востребованными видами услуг на белорусском рынке являются кадровый подбор, консультирование в сфере информационных технологий, юриспруденция и маркетинговые исследования. На основе сравнительного анализа крупнейших белорусских консалтинговых компаний, можно сделать следующие выводы о состоянии и особенностях развития данного сектора в экономике.

1. В таких сегментах рынка, как маркетинг, недвижимость, бизнес-планирование существует конкуренция, близкая к совершенной. Конкурентная стратегия белорусских фирм направлена на лидерство в издержках, персонализацию и диверсификацию услуг, а также качество услуг в связи с хорошим знанием белорусскими специалистами национального рынка.

2. Некоторые компании оказывают уникальный вид консультационных услуг, на котором могут специализироваться и завоевать высокую долю рынка с помощью *нишевой стратегии*. Узкоспециализированная направленность оказания услуг позволит занять прочные позиции на формирующихся рынках с высокой конкуренцией. Так, Консалтинговый центр «БКЦ» оказывает консалтинговые услуги в сфере экологии и альтернативной энергетики.

Перспективными направлениями развития для рынка консалтинга в Республике Беларусь выступают следующие.

1. Участие в *оншоринге* и *ниаршоринге* консалтинговых услуг в рамках стран Восточной Европы, выполняя роль реципиента в аутсорсинге консалтинговых услуг из стран Западной Европы, когда заказчиком являются белорусские компании (оншоринг) или страны-соседи (ниаршоринг).

2. Консультирование клиентов по вопросам выхода на рынки других стран ЕАЭС (Россия, Казахстан и др.) и работы на этих рынках.

3. Реализация избирательной маркетинговой стратегии, нацеленной на разные сегменты и профили клиентов.

4. Преимущественная ориентация на малый и средний бизнес.

Белорусские консалтинговые компании и отдельные консультанты конкурируют с несколькими группами: аудиторско-консалтинговые компании «большой четверки» (*E&Y*), другие представители топ-10 мирового консалтинга (*BCG*), крупные зарубежные фирмы (*Civitta*). В этой связи можно выделить основные направления развития для белорусских консалтинговых компаний и ключевые рекомендации, призванные стимулировать развитие данных направлений (см. таблицу).

РАЗВИТИЕ ТНК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Столярова Е. В., Белорусский государственный университет

Развитие современной мировой экономики происходит в условиях проникновения цифровых технологий во все ее сферы. В результате этого формируется «цифровая экономика», предполагающая управление хозяйством на микро-, макро- и международном уровне с использованием цифровых технологий. О значительной роли цифровой экономики свидетельствует, например, тот факт, что доля сектора информационно-коммуникационных технологий в ВВП в странах ОЭСР уже в начале 2010-х гг. в среднем составляла 6 % и варьировалась от 4 % в Австрии до 12 % в Ирландии.

Использование цифровых технологий, формирующих новую мировую экономику, меняет деятельность и направления развития транснациональных компаний (ТНК). Ключевым изменением является увеличение скорости принятия решений и их реализации на всех уровнях. Если ранее, в среднем, стратегия компании разрабатывалась на 10—15 лет, то сейчас на 2—3 года с регулярным пересмотром. Еще десять лет назад разработка и вывод на рынок новой модели автомобиля занимали более 40 месяцев, сейчас лидеры рынка могут это сделать за 20 месяцев. Ключевым моментом в управлении компанией в такой ситуации является гибкость с возможностью быстрой адаптации работы ТНК под изменяющиеся условия. Речь идет об использовании *agile* подхода.

В целом, особенности развития ТНК в условиях цифровой экономики различаются в зависимости от сферы и масштабов их деятельности.

С одной стороны, часть ТНК сама участвует в создании и развитии цифровых технологий, тем самым являясь флагманом цифровой революции. Как правило, это компании из сферы информационно-коммуникационных технологий (например, *Google, Apple, Uber, Microsoft*). Данные компании:

1) *характеризуются самой высокой капитализацией на рынке.*

По данным CNBC капитализация *Apple* в середине октября 2017 г. составляла 810 млрд дол. США, что сопоставимо с ВВП Аргентины и Нидерландов, а *Microsoft* — 590 млрд дол., что чуть больше, чем ВВП Бельгии. Некоторые цифровые компании значительно переоценены и напоминают финансовый пузырь. Например, по данным *Business Insider*, при убытках *Uber* в почти 3 млрд дол. США в 2016 г. данная компания оценивалась рынком в более чем 60 млрд дол.;

2) *приобретают больший вес, вытесняя компании из традиционных/нетехнологических отраслей.*