рейтинг консультантов

анализ рынка консалтинговых услуг за 2003 и 2006 годы

На сегодняшний день общедоступным отражением конкурентных позиций консалтинговых компаний, помимо маркетинговых исследований рынка, являются рейтинги. Эта систематизированная информация позволяет оценить конкурентоспособность фирм. С помощью рейтингов можно прогнозировать и некоторые тенденции развития рынка консалтинговых услуг.

Рубина Э.Ю.
аспирантка кафедры корпоративного управления Московской финансово-промышленной академии

Категории консалтинговых компаний

Уже несколько лет агентство «Юниправэкс» составляет рейтинги консалтинговых компаний, действующих на российском рынке.[1] Позиция компании в рейтинге определяется на основе комплекса простых и интегрированных показателей.

К простым показателям относятся срок работы на рынке бизнес-услуг, а также данные, характеризующие персонал (количество штатных сотрудников, специалистов, имеющих официальный квалификационный документ; число привлекаемых экспертов, аналитиков).

К интегрированным показателям относятся корпоративная категория, индексы внешнего и внутреннего корпоративного ресурса.[2]

Корпоративная категория содержит информацию о том, на каких рынках работает компания. К категории А относятся предприятия, которые имеют филиалы, представительства и пр., и осуществляют свою деятельность как на территории России, так в странах СНГ и дальнего зарубежья.

---

[1] Боброва И., Зимин В. Право на советы. // Финансовые известия. – 2003. №112.

[2] Там же.

К категории Б относятся компании, функционирующие в своем федеральном округе и на всей территории России. К категории В относятся организации, которые осуществляют деятельность только в своем округе.

Индекс внутреннего корпоративного ресурса и внешнего корпоративного ресурса по существу представляют собой оценку этих показателей самим агентством «Юниправэкс».

Проанализируем совокупность компаний, представленных в рейтинге, сопоставив срок присутствия на рынке бизнес-услуг и корпоративную категорию.

В 2006 г. в рейтинге участвовало 162 предприятия, в то время как в 2003 всего 89. Следовательно, рост числа организаций, обладающих различными категориями в 2006 г., отражает не только их естественное движение из одной категории в другую, но и простое увеличение числа компаний, участвовавших в рейтинге.

Изменение картины за 4-летний период

Категория А – самая многочисленная. Компании категории А, как в 2003, так и в 2006 году лучше всего представлены на московском рынке. В 2003 году из 43 организаций, присутствовавших здесь, 19 (44%) имели категорию А, а в 2006, из 76 – 62 (82%).

Второе место по приросту компаний категории А занимает Приволжский федеральный округ (ПФО), где в 2006 г. к ней отнесены 17 из 21. В 2003 г. там действовало всего 5 организаций, из которых ни одна не принадлежала к категории А.

Третье место по аналогичному приросту занимают такие округа, как Санкт-Петербург, Северо-Западный федеральный округ (СЗФО), Уральский федеральный округ (УФО), Центральный федеральный округ (ЦФО) без Москвы, Сибирский федеральный округ (СФО) и Южный федеральный округ (ЮФО). В них в течение анализируемого периода появилось в категории А от 4 до 9 компаний.

с помощью рейтингов можно прогнозировать некоторые тенденции развития рынка консалтинговых услуг

И последнее, четвертое место по приросту компаний категории А занимает Дальневосточный федеральный округ (ДФО). В нем прибавилась всего одна организация.

В целом количество компаний в категории А в 2006 г. составило 122, что почти в 5 раз больше, чем было в 2003 г. Это означает, что российские консалтинговые организации начали активно выходить на внешний рынок.

В категории Б в регионе Москва ситуация сложилась по другому. Если в 2003 г. к ней принадлежало 19 компаний, то в 2006 уже только 13.

В СЗФО и УФО количество организаций категории Б не изменилось. В других регионах либо компании исчезли вообще (ЦФО без Москвы, ДФО), либо количество их уменьшилось на 2-3 (Санкт-Петербург, ЮФО, СФО). Причины сокращения здесь могут быть прямо противоположными: либо структуры вынуждены были уйти с рынка, не выдержав конкуренции, либо они перешли в категорию А, начав деятельность за пределами РФ. Возможен и третий вариант, когда компания сокращает территорию деятельность до размеров своего федерального округа.

Только в ПФО количество предприятий категории Б в 2006 г. по сравнению с 2003 г. увеличилось на 1. В целом в 2006 г. по сравнению с 2003 г. число компаний здесь сократилось с 42 до 25, то есть на 60%.

По динамике прироста числа структур в категории В регионы можно разделить на три группы.

Первая представлена теми, в которых число компаний сократилось на 1-4 (Москва, Санкт-Петербург, ПФО, УФО).

Вторая – где количество осталось без изменения (ЦФО без Москвы, СФО, ДФО).

Третья группа представлена регионами, в которых число компаний увеличилось на 1-2 (СЗФО без Санкт-Петербурга, ЮФО).

В целом количество компаний категории В по всем регионам сократилось в 2006 г. по сравнению с 2003 на 5. Очевидно, что это произошло по двум причинам: либо организация выходит на внешний рынок, либо она

корпоративная категория содержит информацию о том, на каких рынках работает компания

не выдерживает конкуренции и прекращает свое существование.

Тенденции по срокам присутствия на рынке

Компании со сроком присутствия на рынке 10 лет и более как в 2003, так и в 2006 г. были лучше всего представлены в Москве. В 2003 г. их было 19, а в 2006 – 45. На втором месте – ПФО (1 и 12 соответственно). Третью позицию занимает СФО (1 и 10). Четвертое место занимают регионы, в которых число компаний увеличилось на 1-4 (ЦФО без Москвы, Санкт-Петербург, ЮФО, СЗФО без Санкт-Петербурга, УФО и ДФО).

Среди компаний со сроком присутствия на рынке от 5 до 9 лет в отношении регионов наблюдается несколько тенденций. Так, в столице число компаний увеличилось с 17 до 26 компаний. На втором месте по приросту – ПФО. Здесь число компаний увеличилось с 1 до 6. На 3-й позиции находятся регионы, в которых число организаций увеличилось на 2 или 4 (ЮФО и СЗФО без Санкт-Петербурга).

Есть также регионы, в которых число компаний со сроком присутствия на рынке от 5 до 9 лет сократилось на 1, 2 и 4. Это ЦФО без Москвы, Санкт-Петербург, СФО и ДФО. Без изменений осталось число компаний в УФО.

Среди компаний со сроком присутствия на рынке менее 5 лет наблюдается следующая ситуация. В некоторых регионах прибавилось по 1 организации. Это ЦФО без Москвы, Санкт-Петербург, СЗФО без Санкт-Петербурга, ЮФО. В СФО, УФО и Москве количество компаний уменьшилось на 1 или 2. Это. В ПФО и ДФО число организаций осталось без изменений.

Судя по представленным данным, наибольшее количество консалтинговых компаний, которые сейчас работают на внешнем рынке, было создано в период с 1993 по 1996 гг. Большинство организаций, созданных в более поздние годы, работают сейчас на внутреннем рынке.

к категории А относятся компании, имеющие филиалы, представительства и осуществляющие свою деятельность в РФ, а также в странах СНГ и дальнего зарубежья

российские консалтинговые компании начали активно выходить на внешний рынок

Изменения в структуре рынка

Проанализируем объем рынка в зависимости от количества лет присутствия на рынке и категории компании. Организации со сроком присутствия на рынке 10 лет и более наилучшим образом представлены и в 2003, и в 2006 году в категории А. В 2003 году их было 13, а в 2006 стало 76. Категория Б занимает здесь второе место. В 2003 г. насчитывалось 11 структур, в 2006 – всего 8. Категория В, несмотря на рост числа организаций со сроком присутствия на рынке 10 лет и более (в 2003 их было 3, а в 2006 стало уже 6), занимает третье место.

Компании со сроком присутствия на рынке от 5 до 9 лет в 2006 г. тоже лучше всего представлены в категории А. Их число составляет 38, а в 2003 г. их было всего 10. 26 из них (68%) находятся в Москве. В 2003 г. компании со сроком присутствия на рынке от 5 до 9 лет лучше всего представлены в категории Б. Их число составляло 19, а в 2006 г. снизилось до 13. В категории В количество таких компаний, как и в категории Б, сократилось с 16 до 5.

Компании со сроком присутствия на рынке менее 5 лет в 2006 г. лучше всего представлены в категории А. В 2003 г. их было 2, а в 2006 стало уже 8. В 2003 г. такие организации лучше всего были представлены в категории Б (12, в 2006 – 4). В категории В в 2006 г. компаний со сроком присутствия на рынке менее 5 лет насчитывалось 4, а в 2003 – 3.

Всего в 2003 г. в рейтинге участвовало 89 компаний, из которых 27(30%) существовали на рынке 10 лет и более. 45 структур (51%) присутствовали на рынке в интервале от 5 до 9 лет и 17 (19%) – менее пяти лет. В 2006 г. в рейтинге участвовало 162 организации, из которых 90 (55%) функционировали 10 лет и более, 56 (35%) – от 5 до 9 лет и 16 (10%) – менее 5.

рп