



Внешнеторговое консультирование как вид деятельности на рынке услуг

М.С. Захаров

(Всероссийская академия внешней торговли)

В середине XX в. в рамках быстро растущего мирового рынка услуг сформировался самостоятельный, быстрорастущий и высокодоходный сегмент рынка консультационных услуг. Предметом настоящей статьи является внешнеторговое консультирование.

Все услуги, предоставляемые в мировой экономике, в соответствии с международными стандартами платежного баланса делятся на факторные и нефакторные. Факторные услуги заключаются в предоставлении факторов производства: труда, капитала, земельных участков, инструментария и т.д. Примером нефакторных услуг являются транспортировка, туризм и обслуживание деятельности, например, внешнеторговых операций. Таким образом, внешнеторговое консультирование является нефакторной услугой. Большинство характеристик внешнеторгового консультирования основано на следующих принципах¹: наличие субъекта оказания услуги - является ли она личной, то есть оказанной индивидом (внешнеторговым консультантом) или фирменной, то есть оказана юридическим лицом, наличие объекта предоставления услуги; очевидность цели услуги - результат (разработка оптимальной схемы доставки) или сам процесс (обучение внешнеторговой грамотности на предприятии); необходимость присутствия потребителя - должен ли потребитель физически присутствовать при оказании или же услуга ориентирована на сделку без его присутствия (подготовка внешнеторговой документации), специфика характера услуги: является ли она постоянной или временной.

Внешнеторговое консультирование является разновидностью консультационных услуг, что на практике означает продажу знаний. Необходимо отметить, что в литературе используются различные термины - консультирование и консалтинг. Например, В.В. Глухов, А.Н. Кобышев, А.В. Козлов разбивают консультационную деятельность на учет, анализ и консалтинг². Мы считаем такое деление недостаточно обоснованным. В английском языке есть лишь один термин "consulting". С лингвистической точки зрения он является герундием, то есть существительным, образованным от глагола, что позволяет перевести его как "консультирование", то есть с лингвистической точки зрения консультирование и консалтинг являются синонимами. Специалисты из Европейской федерации ассоциаций консультантов по экономике и управлению (FEACO) также прибегают к аналогичному разделению процесса консультирования: определение и оценка проблем, определение и оценка возможностей, разработка независимых рекомендаций по вопросам управления, помощь в реализации рекомендаций.

Некоторые авторы³ разделяют консультационные услуги на следующие направления:

→ экспертное консультирование, когда предоставляются независимые заключения, которые потом применяются на практике заказчиком;

→ процессное консультирование, когда консультант непосредственно вовлечен в сделку, являясь основным источником знаний под ее конкретные цели;



→ обучающее консультирование, когда основной целью является передача знаний другому носителю.

В данной статье термины "консультирование" и "консалтинг" используются как синонимы. Внешнеторговое консультирование может принимать любую из трех вышеперечисленных разновидностей, что делает его универсальной уже не просто в качестве услуги, а именно консультационной услугой. Категория универсальности на заданном уровне свидетельствует о больших предпосылках для формирования альтернативных источников внешнеторгового консультирования как разновидности консультационной услуги. Например, им могут заниматься исследовательские центры (экспертное консультирование), транспортные компании (процессное консультирование) и высшие учебные заведения (обучающее консультирование).

Сложность заключается в том, что консультационные услуги не сгруппированы по отраслевому принципу даже во многих авторитетных классификаторах. Например, в классификаторе услуг, составленном экспертами ООН, содержится свыше 500 позиций, а в соответствующем классификаторе ВТО около 600 позиций⁴, но ни один из классификаторов не выделяет отдельно внешнеторговое консультирование как таковое. А международная статистика на уровне платежных балансов до сих пор предусматривает лишь три укрупненные позиции услуг: транспортные, туристические и "другие деловые услуги"⁵. В свою очередь, в состав внешнеторговых операций по "другим деловым услугам" включают: услуги связи, строительные услуги, финансовые услуги, информационные услуги, лицензионные услуги, прочие коммерческие услуги, услуги физическим лицам, услуги в сфере культуры, отдыха, образования и медицины, государственные услуги. То есть консультационные услуги в целом, не говоря уже о внешнеторговом консультировании, рассредоточены по приведенным группам.

Предоставление внешнеторговых и других видов консультирования представляют собой ёмкий рынок с оборотом, но отдельно они не классифицированы в составе внешнеторговых операций по платежному балансу. Такая ситуация осложняет проведение статистического анализа, например, активности того или

иного государства в сфере оказания определенных консультационных услуг, так как результаты, например, внешнеторговой деятельности государств в сфере услуг, отражаются в платежном балансе в виде баланса внешней торговли услугами, входящего в состав счета текущих операций. А в настоящее время именно методические указания МВФ по составлению платежного баланса представляют собой основополагающие подходы к классификации услуг.

В то же время многие специалисты оперируют одним термином "управленческое консультирование", что, с нашей точки зрения, недостаточно приемлемо для исследования вопросов как внешнеторгового, так и любого другого консультирования. Например, Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению всю деятельность по предоставлению независимых рекомендаций и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации называет "управленческим консультированием". Представители отечественной школы также дают похожие определения: "это профессиональная помощь со стороны специалистов по управлению хозяйственным руководителям и управленческому персоналу различных организаций (клиенту) в анализе и решении проблем их функционирования и развития, осуществляемая в форме советов, рекомендаций и совместно вырабатываемых с клиентом решений"⁶. Они же экстраполируют данное определение на все виды консультационных услуг, утверждая, что: "управленческое консультирование надо переводить расширенно, как "консультирование по экономике и управлению", так как это не только управленческая область знаний". По нашему мнению, такой подход является слишком общим и не отражает особенностей специализации консультационных компаний. В качестве альтернативы мы предлагаем классифицировать консультирование в соответствии с отраслевым формированием на рынке. Например, существование рынка внешнеторгового консультирования является фактом, поэтому логичнее классифицировать внешнеторговое консультирование отдельно от управленческого, также как от налогового или правового. Выше была доказана универсальность внешнеторгового кон-



сультирования как услуги, что, как уже говорилось, создает предпосылки для диверсификации и специализации рынка. По мере его развития, станет очень затруднительно охватить все его направления под одним определением управленческого консультирования.

Теперь постараемся дать определение и характеристики внешнеторгового консультирования с учетом всего вышесказанного. Внешнеторговое консультирование - это разновидность консультационных услуг, которая включает в себя анализ, выработку рекомендаций и их дальнейшую реализацию касательно внешнеторговой деятельности заказчика. Внешнеторговое консультирование является факторной услугой, что на практике выражается в продаже знаний. Она также является универсальной с точки зрения субъекта оказания (индивид/автоматизированные системы), объекта воздействия (индивид/принадлежащий ему предмет), цели (результат/процесс), присутствия потребителя (личное/заочное) и состояния (постоянная/разовая). Универсальность внешнеторгового консультирования также заключается в том, что оно может быть экспертным, процессным и обучающим. Всё это создает предпосылки для его дальнейшей специализации или применению механизмов аутсорсинга компаниями, которые позиционируют себя как комплексные поставщики внешнеторговых услуг, по принципу "одного окна".

В целях статистического учета и слежения за развитием рынка целесообразно включить внешнеторговое консультирование в существующие классификаторы. Наиболее удобным вариантом представляется сведение уже существующих подгрупп, которые представляют собой элементы внешнеторгового консультирования в единую группу. Пример такой классификации составлен автором ниже. За основу была взята классификация FEASO, которая насчитывает 84 предметных областей консультирования и применяется в Европейском справочнике-указателе консультантов.

Классификация внешнеторгового консультирования на основе классификации FEASO⁷

Изначальная классификация FEASO⁸

1. Общие направления:

- 1.01 определение эффективности системы управления;
- 1.02 оценка бизнеса;
- 1.03 управление нововведениями;
- 1.04 определение конкурентоспособности/изучение конъюнктуры рынка;
- 1.05 диверсификация или становление нового бизнеса;
- 1.06 международное управление;
- 1.07 оценка управления;
- 1.08 слияния и приобретения;
- 1.09 организационная структура и развитие;
- 1.10 приватизация;
- 1.11 управление проектом;
- 1.12 управление качеством;
- 1.13 реорганизация инженерных служб;
- 1.14 исследование и развитие;
- 1.15 стратегическое планирование.

2. Администрирование:

- 2.01 анализ работы канцелярии;
- 2.02 размещение или перемещение отделов;
- 2.03 управление офисом;
- 2.04 организация и методы управления;
- 2.05 регулирование риска;
- 2.06 гарантии безопасности;
- 2.07 планирование рабочих помещений и их оснащение.

3. Финансовое управление:

- 3.01 системы учета;
- 3.02 оценка капитальных затрат;
- 3.03 оборот фирмы;
- 3.04 снижение себестоимости;
- 3.05 неплатежеспособность (банкротство);
- 3.06 увеличение прибыли;
- 3.07 увеличение доходов;
- 3.08 налогообложение;
- 3.09 финансовые резервы.



4. Управление кадрами:

- 4.01 профессиональное движение и сокращение штатов;
- 4.02 культура корпорации;
- 4.03 равные возможности;
- 4.04 поиск кадров;
- 4.05 отбор кадров;
- 4.06 здоровье и безопасность;
- 4.07 программы поощрения;
- 4.08 внутренние связи;
- 4.09 оценка работ;
- 4.10 трудовые соглашения и занятость;
- 4.11 обучение менеджменту;
- 4.12 планирование рабочей силы;
- 4.13 мотивация;
- 4.14 пенсии;
- 4.15 анализ функционирования;
- 4.16 психологическая оценка;
- 4.17 вознаграждение;
- 4.18 повышение квалификации работников.

5. Маркетинг:

- 5.01 реклама и содействие сбыту;
- 5.02 корпоративный образ и отношения с общественностью;
- 5.03 послепродажное обслуживание заказчиков;
- 5.04 дизайн;
- 5.05 прямой маркетинг;
- 5.06 международный маркетинг;
- 5.07 исследование рынка;
- 5.08 стратегия маркетинга;
- 5.09 разработка новой продукции;
- 5.10 ценообразование;
- 5.11 розничная продажа и дилерство;
- 5.12 управление сбытом;
- 5.13 обучение сбыту;
- 5.14 социально-экономические исследования и прогнозирование.

6. Производство:

- 6.01 автоматизация;
- 6.02 использование оборудования и его техническое обслуживание;
- 6.03 промышленный инжиниринг;
- 6.04 переработка материалов;
- 6.05 регулирование внутреннего распределения материалов;
- 6.06 упаковка;
- 6.07 схема организации работ на предприятии;
- 6.08 конструирование и совершенствование продукции;
- 6.09 управление производством;
- 6.10 планирование и контроль за производством;
- 6.11 повышение производительности;
- 6.12 закупки;
- 6.13 контроль качества;
- 6.14 контроль за поставкой узлов и деталей.

7. Информационные технологии:

- 7.01 Системы автоматизированного проектирования и автоматизированные системы управления;
- 7.02 применение компьютеров в аудите и оценке;
- 7.03 электронная издательская деятельность;
- 7.04 информационно-поисковые системы;
- 7.05 административные информационные системы;
- 7.06 проектирование и разработка систем;
- 7.07 выбор и установка систем.

8. Специализированные услуги:

- 8.01 обучающее консультирование;
- 8.02 консалтинг по управлению электроэнергетикой;
- 8.03 инженерный консалтинг;



- 8.04 экологический консалтинг;
- 8.05 информационный консалтинг;
- 8.06 юридический консалтинг;
- 8.07 консалтинг по управлению распределением материалов и материально-техническому снабжению;
- 8.08 консалтинг в государственном секторе бизнеса;
- 8.09 консалтинг по телекоммуникациям.

Методы классификации

Возможны 2 метода классификации: введение внешнеторгового консультирования в группу №8 "Специализированные услуги" или сбор подгрупп, относящихся к внешнеторговому консультированию в отдельную общую группу. При реализации первого метода внешнеторговое консультирование просто приобретает следующий порядковый номер в группе "Специализированные услуги", а именно "8.10 внешнеторговое консультирование".

Второй метод представляется более сложным, так как предполагает обоснование вывода той или иной деятельности из существующей группы в новую. С другой стороны, он четко выделяет услуги во внешнеторговой деятельности и резервирует возможность их более подробной классификации в дальнейшем, что соответствует тенденциям на современном рынке. Если придерживаться 2-го метода, то к группам, уже выделенным FEASO, добавляется новая под номером 9, а именно "Внешнеторговая деятельность". В нее можно вынести следующие области консультирования из той же классификации FEASO: 1.04 (определение конкурентоспособности/изучение конъюнктуры рынка), 1.06 (международное управление), 1.08 (слияния и приобретения), 1.11 (управление проектом), 1.15 (стратегическое планирование), 5.01 (реклама и содействие сбыту), 5.06 (международный маркетинг), 5.07 (исследование рынка), 5.08 (стратегия маркетинга), 5.09 (разработка новой продукции), 5.12 (управление сбытом), 5.13 (обучение сбыту). В отдельных случаях необходимо добавлять "на внешних рынках", иначе введение той или иной деятельности в группу по внешнеторговой деятельности окажется необоснованным.

Попробуем представить предложенную классификацию:

9. Внешнеторговое консультирование:

- 9.01 международное управление;
- 9.02 стратегическое планирование на внешних рынках⁹;
- 9.03 международный маркетинг;
- 9.04 слияния и приобретения на внешних рынках;
- 9.05 определение конкурентоспособности/изучение конъюнктуры внешних рынков;
- 9.06 разработка новой продукции для внешних рынков;
- 9.07 управление сбытом на внешних рынках;
- 9.08 обучение сбыту на внешних рынках.

С нашей точки зрения, некоторые позиции в полученной группе дублируют друг друга, что создает предпосылки для путаницы и разночтений. Оптимизированная группа, то есть без дублирующих позиций, выглядит следующим образом:

- 9. Внешнеторговое консультирование:
- 9.01 международное управление;
- 9.02 стратегическое планирование на внешних рынках;
- 9.03 международный маркетинг;
- 9.04 слияния и приобретения на внешних рынках;
- 9.05 разработка новой продукции для внешних рынков;
- 9.06 управление сбытом на внешних рынках;
- 9.07 обучение сбыту на внешних рынках.

Если бы мы изначально придерживались первого метода классификации, то у нас не было бы возможности для оптимизации и дальнейшей детализации новой группы со временем. А такая необходимость высоковероятна в связи с бурным ростом международного рынка консультирования во внешнеторговой сфере. Также заметим, что представленная



классификация является показательной, а не окончательной.

Примечания:

¹Н. Meffert, M. Bruhn. Dienstleistungsmarketing. Grundlagen-Konzepte-Methoden. Mit Fallstudien. Wiesbaden. Gabler. 2003. – S 41.

²Глухов В.В. Организация консультационной деятельности (консалтинг). С-Пб.: 1995, с. 12.

³Посадский А.П., Ханин С.В. Консультационные услуги в России. - М.: Финстатинформ. 1995, с. 7.

⁴Киреев А.П. Международная экономика. Ч. 2, 1999. - 484 с.

⁵Источник: Manual on Statistics of International Trade in Services. Final Draft 6. September

2001. European Commission, International Monetary Fund, Organization for Economic Cooperation and Development, United Nations, United Nations Conference on Trade and Development, World Trade Organization. 2001. - 230 p.//www.imf.org

⁶Посадский А.П., Хайнин С.В. Указ. соч., с. 5.

⁷European Federation of Management Consultancies Associations.

⁸Источник: ICMCI Unifying Body of Knowledge Topic Definitions, ICMCI International Congress, Rome, 1993.

⁹Подчеркиванием отмечена внешнеэкономическая компонента той или иной услуги, если она не прослеживалась в изначальной классификации FEACO.

Иркутская область откроет свое представительство в Голландии

В сентябре 2007 г. в королевство Нидерланды прибыла делегация Иркутской области, в состав которой вошли более 50 представителей из областного руководства, региональных предприятий, банков и университетов. Возглавил делегацию вице-губернатор Приангарья С. Воронов.

Иркутская область откроет в Нидерландах Бюро информационного обеспечения и поддержки экономических связей с зарубежными партнерами. Об этом сообщил заместитель главы администрации области С. Воронов на состоявшейся 1 октября презентации экономического потенциала региона, которая проходила в торгово-промышленной палате Амстердама. Перед бюро поставлена задача способствовать активизации экономических связей между иркутскими и голландскими компаниями, осуществлять поиск партнеров и инвесторов, представлять интересы иркутских компаний в Западной Европе, оказывать им консультационные услуги.

Председатель Нидерландско-российского центра содействия торговле Б. Зоннефелд сообщил о том, что нидерландские фирмы все активнее сотрудничают с партнерами в российских регионах, где имеется большой спрос на голландские технологии и ноу-хау в таких областях, как агропромышленное производство, транспорт, энергетика.

С. Воронов отметил, что голландский бизнес проявляет интерес к возможностям, которые предоставляет Иркутская область. «Мы хотим, чтобы в Иркутскую область пришли европейские деньги и технологии. Близость энергоресурсов позволяет производить в регионе продукты с высокой степенью переработки, которые будут востребованы, в том числе и в Европе», – отметил замгубернатора.

Посол России в Нидерландах К. Геворгян подчеркнул стратегическое значение Нидерландов во внешней торговле РФ. «Нидерланды – один из ведущих торгово-экономических партнеров России, и по объему товарооборота с ней занимают второе место в мире после Германии. В 2006 году объем товарооборота между Россией и Нидерландами возрос на 45% по сравнению с предыдущим годом, достигнув 38,5 миллиарда долларов», – заметил посол.

Соб. инф.