

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Линёва Ольга Дмитриевна

Логвинова Яна Владимировна

Слепухина Арина Александровна

студенты, ЮРИУ РАНХиГС,

г. г. Ростов-на-Дону

*Научный руководитель **Нестеренко Ирина Николаевна,***

доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук;

ЮРИУ РАНХиГС, г. Ростов-на-Дону

ЦВЕТНОЙ КОНСАЛТИНГ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМПАНИИ

Аннотация. Современный рынок диктует новые условия для осуществления профессиональной деятельности, которые для консалтинговых фирм не являются исключением. Это способствует формированию и развитию новых подходов к разработке консалтинговых услуг. В данной статье рассматривается сущность «цветного» консалтинга и специфика его применения.

Ключевые слова: «цветной» консалтинг, конкурентоспособность, консалтинговые услуги.

В современном, постоянно развивающемся мире особой популярностью стали пользоваться консалтинговые услуги. Они стараются приспособиться к новым условиям рынка и пытаются удержать свою нынешнюю клиентуру и привлечь новую всеми доступными способами. Однако компании-клиенты прибе-

гают к помощи консалтинговых компаний только в том случае, если они уверены в собственной конкурентоспособности и могут предложить такой набор профессиональных и квалифицированных услуг, которые не могут предоставить ее конкуренты.

В связи с тем, что деятельность консалтинговых компаний

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

разрастается, направления их деятельности можно условно разделить в специальной колористике и вывести относительно новый термин «цветной консалтинг».

Ценность исследования заключается в раскрытии сущности «цветного консалтинга» в деятельности консалтинговых компаний локального уровня.

Основной целью является выявление практической значимости понятий «цветной консалтинг» в доступных работах, в таких как :«Консалтинг в цвете» [1], «Зеленый консалтинг» [2], «Цветной консалтинг» [3].

Очевидно, что если консалтинговая компания имеет штат, который составляют исключительно высококвалифицированные специалисты, обладающие высоким интеллектом и неординарностью, то она может предоставлять широкий комплекс услуг, включающий в себя такие виды, как: информационные, консультационные услуги, разработка антикризисных бизнес-проектов.

В любом случае деятельность консалтинговой компании можно определить в определенной колористике. Так, если консалтинговая компания осуществляет разработку проектной документации, уделяя при это особое внимание на защиту окружающей среды, то здесь можно говорить о «зеленом консалтинге».

Если же консалтинговая компания определяет деятельность своего клиента, как агрессивный маркетинг, а упор ставится на уменьшение значимости конкурентов заказчика, обезличивание репутации, то можно говорить о «черном консалтинге». Здесь вполне угадывается сходство с PR-технологиями. Но следует помнить, что повышение имиджа компании-клиента должно осуществляться исключительно из разработки и использования в его деятельности креативных и логичных управленческих решений, способствующих выделению этой компании среди конкурентов.

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

Следует также выделить «синий консалтинг» (сугубо деловой, профессиональный и не выделяющийся высокой конкурентоспособностью), который характеризуется ситуацией, когда компания предоставляет стандартные подходы по разработке и внедрению услуг, не меняются из года в год услуги. Но следует отметить, что некоторые компании локального уровня функционируют согласно данному принципу, что не только не дает возможности продвижения на профессиональном уровне, но и не способствует привлечению новых клиентов.

К еще одному цветовому решению в консалтинге можно отнести белый цвет. У человека ассоциация с белым цветом предстает в виде свободы, чистоты, открытости. Эту же ассоциацию мы можно перенести и на консалтинговую деятельность, то есть на «белый консалтинг», который представляет собой информационно открытую консалтинговую компанию, предлагающую уни-

кальные консалтинговые проекты с достоверными и прозрачными исследовательскими и финансовыми данными.

Необходимо помнить, что каждая компания, в том числе и консалтинговая, имеет особую конфиденциальную информацию. Аналогичным образом подразумевается и конфиденциальность информации о собственных клиентах – это является миссией и философией деятельности консалтинговых компаний.

Чтобы обосновать и доказать практическую значимость авторского утверждения, был проведен опрос респондентов. В одном из бизнес-центров Ростова-на-Дону, специалистам разных сфер деятельности было задано 3 вопроса, а именно:

1) Помощью каких консалтинговых услуг чаще всего пользуется Ваша организация?

2) Известно ли вам понятие «цветной консалтинг»?

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

3) Какие на Ваш взгляд цвета могут входить в «цветной консалтинг»?

В опросе приняло участие 33 человека в возрасте от 30 до 55 лет из таких компаний как: турагентство; центр иностранных языков; редакция журналов; агентство недвижимости; охранное агентство; финансовая компания; лизинговая компания.

Ответы распределились следующим образом:

1) почти половина опрошенных (а именно 14 человек) сказали, что чаще всего пользуются услугами IT-консалтинга;

2) понятие «цветной консалтинг» является почти неизвестным, только 4 человека смогли дать примерное определение;

3) больше всего споров и обсуждений вызвал третий вопрос, цвета для консалтинга называли самые разнообразные. Желтый, черный и серый цвета были самые часто называемые, однако на вопрос «Почему?» никто не смог дать внятного ответа.

Следует отметить, что респонденты положительно отнеслись к данной теме, они адекватно и увлеченно отвечали на вопросы. Таким образом, анкетирование можно оценить, как вполне беспристрастное.

Сейчас большую популярность имеют подходы, которые связаны с зеленым цветом и имеют более популярные названия – «экологический», «эко», «био» и пр. В сфере консалтинга этот цвет может проявляться при разработке проектной документации, антикризисных проектов, бизнес-планов и других консалтинговых продуктов, направленных на защиту социума от негативного влияния окружающей их среды. Правомерно также говорить и о защите бизнеса-клиента, о разработке законодательно правильной документации, на не ущемление прав и возможностей клиента в его профессиональной деятельности и т.п.

Если рассматривать традиционную консалтинговую деятель-

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

ность, то здесь можно говорить о «синем консалтинге», который более направлен на формирование деловой репутации самого консалтера, при этом он не является креативным, чем-то уникальным и больше ориентирован на разработку стандартного консалтингового продукта, в четко определенные сроки и по установленным правилам.

«Черный консалтинг» довольно близко пересекается с PR-деятельностью, но здесь самую важную роль играют профессиональные управленческие, маркетинговые и коммуникационные стратегии, которые могут способствовать выводу бизнеса клиента на более высокий уровень развития. Мы предполагаем, что консалтинговая компания должна разработать для себя такие принципы предоставления конечного консалтингового продукта, которые бы доказательно, возвышали статус и положение клиента на рынке и среди конкурентов за счет использования инноваций,

новых технологий и техники их реализации. Но при всем этом, упор в политике компаний-клиентов должен делаться на отстройку от конкурентов и возвышение собственного имиджа. Черный цвет здесь не является негативным, он, скорее, выполняет функции – двигателя, путевода в конкурентной среде.

Что касается «белого консалтинга», то он традиционно воспринимается позитивно и, как следствие, «белый консалтинг» – это всегда только открытая деятельность, направленная на предоставление клиентам профессиональных, уникальных услуг с высокой степенью интеллектuaлизации.

Предпринята попытка вывести цветовую гамму консалтинга в четырех цветах: зеленый, синий, черный и белый и обобщить понятие «цветной консалтинг». Итак, «цветной консалтинг» – это консалтинговые услуги, наделенные определенным цветом в виду их конечного эффекта, произво-

ИДЕИ И ПРОЕКТЫ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

димого на клиентов консалтинговой компании и в результате на весь рынок. Зеленый, синий, черный и белый – легко ассоциируются в бизнесе с определенной деятельностью, поэтому в консалтинговой деятельности могут

найти обоснованное отражение и развитие. При этом, нами не делается значительное различие в колористике консалтинга, мы лишь наделили отдельные его направления собственным цветовым содержанием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бобров А. Консалтинг в цвете. – URL: <http://www.executive.ru/education/proeducation/1483237-konsalting-v-tsvete> (дата обращения: 17.10.2016).
2. Зеленый консалтинг. – URL: <http://greenevolution.ru/enc/wiki/zelenyj-konsalting/> (дата обращения: 20.10.2016).
3. Цветной консалтинг. – URL: <http://www.uniok.ru/tsvetnoy-konsalting.html> (дата обращения: 17.10.2016).