

Гриценко Е. Г., канд. экон. наук, проф. кафедры экономической теории и конкурентной политики Киевского национального торгово-экономического университета, elenakntey@ukr.net

Рак Ю. А., ассистент кафедры экономической теории и конкурентной политики Киевского национального торгово-экономического университета, yulya-rak@rambler.ru



ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

Статья посвящена анализу структуры, динамики, состояния конкурентной среды на разных уровнях взаимодействия субъектов рынка консалтинговых услуг Украины. Выделены три уровня взаимодействия рыночных субъектов: «фирма-клиент», «фирма-фирма» и «фирма-государство». Анализ уровня «фирма-клиент» позволил получить представление об особенностях спроса и предложения на рынке. На уровне «фирма-фирма» проанализированы положительные и отрицательные стороны наиболее используемых на практике показателей рыночной концентрации, а также выявлены их основные недостатки, которые могут привести к искажению конечных результатов исследования. Исследование уровня «фирма-государство» дало возможность оценить характер и степень государственного регулирования рынка.

Ключевые слова: микроэкономический анализ, конкуренция, рынок консалтинговых услуг, измерение рыночной концентрации.

Введение

Стремительное развитие мирового хозяйства и динамичная рыночная среда внутри страны способствуют тому, что фирмы вынуждены искать пути повышения собственной конкурентоспособности. Значительная часть украинских фирм пользуется услугами консалтинговых компаний с целью обеспечения эффективности бизнеса. Несмотря на то что консалтинговые услуги из года в год приобретают все большую популярность как средство решения управленческих, финансовых, налоговых и других проблем субъектов рын-

ка, рынок консалтинговых услуг в Украине остается недостаточно исследованным. Подобная ситуация сложилась в силу ряда причин:

- рынок консалтинговых услуг в Украине является относительно молодым и находится в состоянии становления и развития;
- отсутствие четкого выделения консалтинговой деятельности в официальных статистических источниках Украины до января 2012 года способствовало тому, что на определенных этапах исследования возникает необходимость использования данных экспертных оценок, которые не гарантируют достоверности предоставленной

информации, что, в свою очередь, нередко приводит к искажению результатов исследования;

- сложность анализа консалтинговой услуги, как следствие ее специфики: неосязаемости, отсутствия стандартизации оценки себестоимости, уровня качества, эффективности и т. д.

Учитывая вышесказанное, а также возрастающий в Украине интерес к консалтинговым услугам, в данной работе сделана попытка исследовать особенности и состояние рынка консалтинговых услуг в Украине.

Управленческое консультирование, как важную сферу экономической жизни, исследовали такие зарубежные ученые, как: Э. Бейч, П. Блок, М. Зильберман, М. Кубр, Л. Кухлен, К. Левин, Г. Липпит, Р. Липпит, Д. Майстр, К. Макхем и др. Рынок консалтинговых услуг Украины, способы повышения качества консалтинговых услуг рассматривали в своих трудах Т. Алиев, В. Верба, В. Давиденко, Т. Маляренко, О. Марченко, А. Павлуцкий, Т. Решетняк, А. Савченко, А. Тривайло, О. Трофимова, М. Шарко и др.

Малоизученным остается ряд аспектов деятельности консалтинговых компаний, так, например, дискуссионным остается вопрос о том, какие именно услуги относить к рынку консалтинговых услуг, как определить уровень их качества и пр.

Целью настоящего исследования является микроэкономический анализ рынка консалтинговых услуг, изучение его структуры, динамики, состояния конкурентной среды.

Современная рыночная экономика характеризуется переплетением конкуренции и монополии. Совершенная конкуренция (например рынок зерна) и абсолютная монополия (природная монополия) как рыночные структуры в «чистом» виде встречаются в экономике крайне редко. Перед учеными стоит проблема их соотношения и диалектического единства, в связи с чем изучение рынков, которым свойственны признаки как монополии, так и конкурен-

ции (например монополистическая конкуренция), вызывает огромный научный интерес.

Объект исследования

Объектом исследования выбран рынок консалтинговых услуг Украины.

В процессе исследования рынка консалтинговых услуг использовались следующие источники информации:

- 1) данные Государственной службы статистики Украины;

- 2) данные исследования «Анализ рынка консалтинговых услуг Украины», проведенного исследовательской компанией «Международная маркетинговая группа Украина» (<http://www.marketing-ua.com>);

- 3) обзоры рынка консалтинговых услуг на сайте <http://www.marketing.vc>.

На протяжении последнего десятилетия в Украине наблюдается значительный рост рынка консалтинговых услуг, что доказывает следующая таблица, отражающая динамику объемов реализации услуг консалтинговых компаний, на основании которой можно проанализировать объемы рынка консалтинговых услуг Украины (см. табл. 1).

Как показывает табл. 1, начиная с 2000 года наблюдался положительный рост объемов реализации консалтинговых услуг, который достиг своего пика в 2008 году и составил 111% в сравнении с предыдущим годом. В 2009 году общий прирост объема реализации услуг консалтинговых компаний Украины составил всего лишь 6%, что было вызвано негативным влиянием мирового экономического кризиса. Согласно данным исследовательской компании «Международная маркетинговая группа Украина», общий прирост объемов реализации консалтинговых услуг в 2010 году составил порядка 20%, что свидетельствует о постепенной стабилизации ситуации на рынке консалтинговых услуг.

Таблица 2 содержит информацию о количестве компаний, предоставляющих консалтинговые услуги в Украине.

Таблица 1¹**Динамика объемов реализации
консалтинговых услуг в Украине**

Год	Объемы реализации, тыс. грн.	Прирост, %
2000	543921,11	—
2001	599451,28	10
2002	653884,61	9
2003	725992,12	11
2004	832945,16	15
2005	1047825,43	26
2006	1884519,15	80
2007	3791341,90	101
2008	7997722,20	111
2009	8442513,80	6
2010	10131016,52	20
2011	12496552,34	23

По экспертным оценкам исследовательской компании «Международная маркетинговая группа Украина», в 2010 году предоставление консалтинговых услуг в Украине осуществляли около 4 тыс. компаний. В то же время, согласно этому же исследованию и по данным Государственной службы статистики Украины, в упомянутой службе регулярно отчитывались около 3 тыс. консалтинговых компаний (без учета физических лиц, оказывающих услуги консультационного характера).

Таблица 2 показывает, что в течение 2000–2010 годов происходило постепенное снижение прироста количества консалтинговых компаний, а начиная с 2009 года наблюдается спад общего количества операторов рынка. С учетом информации, приведенной в табл. 1, это свидетельствует о постепенной стабилизации рынка кон-

Таблица 2

**Количество операторов рынка
консалтинговых услуг Украины**

Год	Общее количество консалтинговых компаний на рынке	Прирост, шт.	Прирост, %
2000	912	—	—
2001	1140	228	25
2002	1374	234	21
2003	1622	248	18
2004	1834	212	13
2005	2115	281	15
2006	2315	200	9
2007	2516	201	9
2008	2617	101	4
2009	2574	–43	–2
2010	2445	–129	–5
2011	2476	31	1

салтинговых услуг Украины. За это время на рынке появились украинские и иностранные компании, хорошо зарекомендовавшие себя среди клиентов, а потому составившие значительную конкуренцию на рынке.

Важным фактором влияния на количество операторов рынка консалтинговых услуг Украины стало также изменение структуры услуг по видам. Так, консалтинговые компании в начале 2009 года ощутили заметное снижение количества заказов определенных видов услуг (таких, например, как HR-консалтинг), но одновременно наблюдался рост количества заказов на другие виды (такие, как антикризисный консалтинг). В этих условиях в более выгодном положении оказались компании, которые способны оказывать полный спектр услуг, а значит и быстрее подстроиться под потребности клиентов. В результате в 2009 году количество консалтинговых компаний на рынке умень-

¹ Эта и последующая таблицы и рисунки построены авторами на основании результатов исследования «Анализ рынка консалтинговых услуг Украины» и обзоров рынка консалтинговых услуг, приведенных на сайте <http://www.marketing.vc>.

шилась на 2%: некоторые компании обанкротились, некоторые временно свернули свою деятельность в связи с ухудшением экономической ситуации в стране.

По экспертным оценкам, к концу 2010 года наблюдалось дальнейшее уменьшение количества консалтинговых услуг на уровне 5%, что вызвано в первую очередь последствиями глубокого кризисного состояния экономики в предыдущие годы. О постепенной стабилизации рынка свидетельствует положительная динамика количества занятых в сфере оказания консалтинговых услуг начиная с третьего квартала 2010 года (см. табл. 3).

Таблица 3

Динамика количества занятых в сфере оказания консалтинговых услуг

Год	Количество занятых в сфере оказания консалтинговых услуг, чел.	Прирост, %
2000	12380	—
2001	13228	6,85
2002	14350	8,48
2003	15344	6,93
2004	16020	4,41
2005	17215	7,46
2006	18535	7,67
2007	20969	13,13
2008	24294	15,85
2009	22112	–8,98
2010	22314	0,91
2011	23125	3,63

Поскольку основным продуктом консалтинговых компаний являются знания и практический аспект их применения, уровень образования среди работников консалтинговых компаний достаточно высок. Так, по экспертным оценкам исследовательской компании «Международная маркетинговая

группа Украина», 95% сотрудников имеют высшее образование, 18% консультантов имеют степень кандидатов и докторов наук. Среди них значительная часть — не штатные работники консалтинговых компаний, а приглашенные специалисты из ведущих учреждений соответствующего профиля. Около 28% являются магистрами, имеют специализированные сертификаты (менеджмент-сертификаты, сертификаты о прохождении тренингов и др.), 49% имеют высшее образование. Это в основном работники, работающие в сфере консалтинга от нескольких месяцев до 1,5 (реже 2) лет.

Проанализируем структуру рынка по видам предоставляемых консалтинговых услуг на основе объема дохода, который получают консалтинговые компании от реализации различных видов услуг по состоянию на июль 2011 года. Наибольшую часть (более 40%) составляют консалтинговые услуги по вопросам организации бизнес-процессов, включая вопросы реорганизации бизнеса; около 20% приходится на развитие корпоративной культуры, развитие бизнеса вообще; 12% — это консультирование по вопросам организационного проектирования; остаток почти поровну поделили: финансовый консалтинг, консалтинг в сфере реализации и сбыта или маркетинг-консалтинг, а также HR-консалтинг или консалтинг по развитию персонала².

Таким образом, значительная доля консультационных проектов приходится на организацию бизнес-процессов на фирме. С ухудшением общего экономического климата эта услуга становится все более актуальной, поскольку непосредственно влияет на эффективность и конкурентоспособность фирмы. Последние достижения информационных технологий, глобальные информационные сети изменили представления о границах предприятий и о технологии производства, управления и ведения бизнеса.

² На основании обзоров рынка консалтинговых услуг, приведенных на сайте <http://www.marketing.vc>.

Насыщение рынков товаров требует поиска новых подходов к потребителю. Именно поэтому подавляющее большинство заказов основных консультационных фирм фактически составляют заказ на услуги по реорганизации и реструктуризации бизнеса.

Важным инструментом исследования рынка является оценка уровня развития конкуренции на нем. Анализ конкуренции позволяет сделать выводы относительно эффективности рынка, выявить факторы его развития, слабые места рыночной инфраструктуры и предоставить рекомендации по решению существующих проблем.

Анализ взаимодействия участников рынка должен включать общую оценку среды деятельности, географических, товарных и временных границ рынка, и проводиться на трех уровнях в зависимости от систем взаимодействия: «фирма-государство», «фирма-клиент», «фирма-фирма». Выявление специфики связей на уровне каждой из этих систем позволит выделить проблемные зоны и предложить пути их оптимизации.

Систему «фирма-государство» лучше всего характеризуют имеющиеся нормативно-правовые акты, регулирующие исследуемый рынок, систему «фирма-клиент» следует оценивать с точки зрения потребностей общественного спроса и оценки степени их удовлетворенности. Влияние государственного вмешательства в рыночные процессы уже длительное время является объектом экономических исследований, его необходимость неоднократно обосновывалась в научной литературе. Предварительная оценка существующего государственного регулирования позволяет на данном этапе определить его приоритетные направления в пределах определенного рынка, например, совершенствование системы защиты прав потребителей, контроля над качеством продукции, корректировка программы развития рынка, разработка соответствующего нормативно-правового обеспечения и т. д.

В рамках настоящей работы выполнено поэтапное исследование состояния конку-

ренции на рынке консалтинговых услуг Украины. Приведем его результаты.

Определение товарных границ рынка

Товарные границы рынка определяются путем формирования группы взаимозаменяемых товаров (товарных групп), в рамках которой потребитель в обычных условиях может легко перейти от потребления одного товара к потреблению другого.

Формирование группы взаимозаменяемых товаров (товарных групп) осуществляется из перечня товаров, которые по показателям взаимозаменяемости имеют для продавцов (поставщиков, производителей) и покупателей (потребителей, пользователей) признаки одного (подобного, аналогичного) товара (товарной группы). Товарные пределы рынка, согласно Методике³, определяются для товара или товарной группы на основе сходства потребительских, физических характеристик, условий потребления и реализации, разницы в ценах и тому подобное.

При проведении исследования необходимо учитывать, что взаимозаменяемые товары относятся к группе однородных товаров (товарных групп), которые рассматриваются потребителем как один и тот же товар (товарная группа), которые могут быть стандартизированными или дифференцированными.

В данном исследовании товарные границы рынка — это консалтинговые услуги, предоставляемые зарубежными компаниями, представительства которых работают на территории Украины, и отечественными консалтинговыми компаниями. Следует отметить, что консалтинговая услуга — это

³ См. Методика определения монопольного (доминирующего) положения субъектов хозяйствования на рынке, утвержденная распоряжением Антимонопольного комитета Украины от 05.03.2003 г. № 49-р и зарегистрированная в Министерстве юстиции Украины 01.04.2002 г. за № 317/6605.

уникальный продукт, учитывающий потребности каждого отдельного заказчика и зависящий от возможностей, знаний и навыков консультанта. Таким образом, на рынке консалтинговых услуг не существует абсолютных товаров-заменителей.

С 1 января 2012 года вступил в силу национальный классификатор Украины ДК 009:2010 «Классификация видов экономической деятельности» или КВЭД 2010. В нем определено, что консалтинговая деятельность отнесена к таким разделам, как: 62.0 «Компьютерное программирование, консультации и связанная с ними деятельность», 62.02 «Консультации по вопросам информатизации», 63 «Предоставление информационных услуг», 64.9 «Прочие финансовые услуги, кроме страхования и пенсионного обеспечения», 66 «Вспомогательная деятельность в сфере финансовых услуг и страхования», 69.2 «Деятельность в сфере бухгалтерского учета и консультации по вопросам налогообложения», 70.2 «Консультирование по вопросам управления», 70.22 «Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления», 73.2 «Исследование рынка и изучение общественного мнения» и другие.

До 1 января 2012 года Государственная служба статистики Украины рекомендовала относить деятельность в области консалтинга к разделам: класс 72.1 «Консультации по вопросам информатизации», класс 72.2 «Создание программного обеспечения», класс 72.3 «Обработка данных», 72.4 «Работа с базами данных», класс 73.2 «Исследования и разработки в области гуманитарных и общественных наук» (подкласс 73.20 включает в себя систематическое изучение и творческую деятельность в области гуманитарных и общественных наук, в частности, экономики, статистики, организации и управления), класс 74.1 «Деятельность в сферах права, бухгалтерского учета и предоставления консультаций по вопросам управления», подкласс 74.12.0 «Деятельность в сфере бухгалтер-

ского учета», подкласс 75.13.0 «Исследования рынка и изучение общественного мнения», 74.14.0 «Консультации по вопросам коммерческой деятельности и управления», класс 74.5 «Подбор и обеспечение персоналом». Проблема заключалась в том, что вместе с предоставлением услуг в сфере предпринимательской деятельности (таких как консультации по вопросам коммерческой деятельности и управления, исследования рынка, наем и подбор персонала), в данный раздел была включена деятельность в сферах права, бухгалтерского учета, архитектуры, геологии, геодезии, гидрометеорологии, инжиниринга, а также рекламная, охранный деятельность, секретарские услуги, фотографирование, уборка производственных и жилых помещений, упаковка и другие услуги, которые предоставляются главным образом предприятиям и физическим лицам-предпринимателям. Отсутствие в официальных статистических источниках четкого определения консалтинговой деятельности приводило к получению недостоверных результатов исследования, в связи с чем возникала необходимость использования дополнительных источников информации.

К консалтинговым услугам в данном исследовании не относятся услуги, предоставляемые специализированными юридическими и адвокатскими конторами, а также банками и компаниями, занимающимися торговлей ценными бумагами. Указанные услуги предоставляются компаниями, для которых предоставление консультаций по вопросам коммерческой деятельности и управления (код 74.14.0 КВЭД) является неосновным видом деятельности.

Услуги юридического и финансового характера, которые можно расценить как консалтинговые услуги, указанные субъекты рынка оказывают в совокупности со своими основными услугами, часто не выделяя их. Можно утверждать, что указанные услуги, хотя и носят консультационный характер, не могут быть включены в рынок консалтинговых услуг, поскольку имеют специфиче-

ские особенности, вследствие чего их можно отнести к отдельным рынкам.

В совокупность консалтинговых услуг также не включаются аудиторские услуги. Консалтинг — это интеллектуальная деятельность, направленная на анализ возможностей развития технических, организационных и экономических инноваций и обоснование перспектив их использования. Консалтинг привлекается для решения проблем управленческой, экономической, финансовой, инвестиционной деятельности предприятий; решения вопросов оптимизации общего функционирования компании, ведения бизнеса, стратегического планирования и т. д. Основные цели, которые ставит перед собой предприятие, привлекая консалтинг — это улучшение качества руководства, повышении эффективности деятельности компании в целом и увеличение индивидуальной производительности труда.

Тогда как аудит, согласно определению комитета Американской бухгалтерской ассоциации — это системный процесс получения и оценки объективных данных об экономических действиях и событиях, устанавливающий уровень их соответствия определенному критерию и предоставляющий результаты заинтересованному пользователю. Основной целью аудиторской деятельности является установление достоверной финансовой отчетности предприятия, проверка, были ли приведены финансово-хозяйственные операции в соответствии действующему законодательству.

Товары-заменители, которые включаются в определенную товарную группу, определяются по критерию взаимозаменяемости товарной продукции. Одним из критериев взаимозаменяемости является перекрестная эластичность спроса по цене, которая рассчитывается как отношение относительного изменения объема реализации товара X к относительному изменению цены товара Y за определенный период. В случае, когда коэффициент эластичности E находится в пределах от 0 до 2, существует незначительная вероятность замены одного товара на другой, если $E > 2$ — товары легко заменяются друг на друга: если $E < 0$ — товары являются взаимодополняющими.

Рассчитаем показатель перекрестной эластичности для консалтинговых и аудиторских услуг.

Видно, что в табл. 4 показатель перекрестной эластичности для консалтинговых и аудиторских услуг является отрицательным. Это свидетельствует о том, что эти услуги — взаимодополняющие. Данная ситуация объясняется тем, что консалтинговые услуги довольно часто предлагаются в сопровождении с аудиторскими, и наоборот. Рынок консалтинговых услуг и рынок аудиторских услуг достаточно часто объединяют в единый рынок аудиторско-консалтинговых услуг, учитывая, что предоставление аудита нередко сопровождается управленческим консультированием. Считаем, что эти рынки необходимо рассматривать отдельно, поскольку в современном экономическом мире аудит выделился из общего объема

Таблица 4

Расчет перекрестной эластичности

Показатели	Год		Абсолютное отклонение	Относительное отклонение	Перекрестная эластичность
	2009	2010			
Объем спроса на консалтинговые услуги ($Q(x)$), тыс. грн.	8442513,80	10131016,52	1688502,72	19,99	-1,09
Средняя цена на аудиторские услуги ($P(y)$), тыс. грн.	8,79	7,17	-1,62	-18,43	

финансовых услуг вследствие своей уникальности как товара и наличия большого спроса на него.

Таким образом, товарными пределами рынка в данном исследовании можно определить консалтинговые услуги, включающие в себя: консультирование, предоставление рекомендаций и практической помощи субъектам предпринимательской деятельности и государственным службам в области связей с общественностью и обмена информацией, разработку систем бухгалтерского учета, программ учета производственных затрат, процедур контроля за выполнением консультации и оказанием практической помощи коммерческим предприятиям и государственным службам в области планирования, организации, обеспечения эффективности и контроля, предоставление управленческой информации; консультации по вопросам управления в области сельского хозяйства.

Установление территориальных границ рынка консалтинговых услуг Украины

Согласно Методике⁴, территориальные (географические) границы рынка определенного товара (товарной группы) определяются как минимальная территория, за пределами которой, с точки зрения потребителя, приобретение товаров (товарной группы), относящихся к группе взаимозаменяемых товаров (товарной группы), невозможно или нецелесообразно. При этом должны учитываться следующие критерии: физические и технические характеристики товара (товарной группы); технологические связи между производителями и потребителями; возможности технического, гарантийного, абонентского обслуживания, соотношение цен, в частности,

уровень соотношения цен на определенные товары (товарные группы) в пределах этого рынка, приемлемый для производителей или потребителей, возможности по перемещению спроса на товар (товарную группу) между территориями, входящими в один географический рынок, в частности, возможности сохранения уровня качества и потребительских свойств товара (товарной группы) при транспортировке, уровень транспортных расходов, включая особенности транспортировки товара (товарной группы).

Если условно разделить территорию Украины на четыре региона: Центральный, Южный, Восточный и Западный, то можно увидеть, что подавляющее большинство консалтинговых компаний, а именно более 60% (см. рис. 1) размещены в Центральном регионе. Это объясняется тем, что Киев, как столица Украины, является центральной точкой экономической жизни страны. Появлению значительного количества консалтинговых компаний на Востоке страны способствовало в первую очередь то, что здесь сосредоточено много промышленных компаний, заводов, которые были гигантами промышленности еще во времена Советского Союза. В период становления рыночной экономики большинству из них требовались

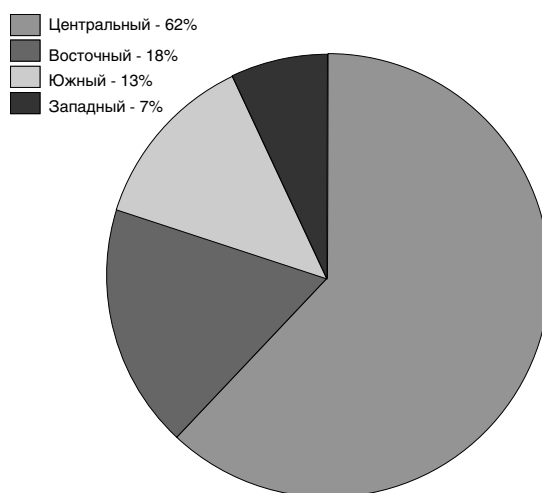


Рис. 1. Расположение офисов консалтинговых компаний

⁴ См. Методика определения монопольного (доминирующего) положения субъектов хозяйствования на рынке, утвержденная распоряжением Антимонопольного комитета Украины от 05.03.2003 г. № 49-р и зарегистрированная в Министерстве юстиции Украины 01.04.2002 г. за № 317/6605.

неотложная реорганизация бизнеса, перестройка системы управления, бюджетирования и т. д. Фактически возникла большая клиентская база для консалтинговых компаний.

География расположения офисов консалтинговых компаний и география предоставления консалтинговых услуг отличаются (см. рис. 2).

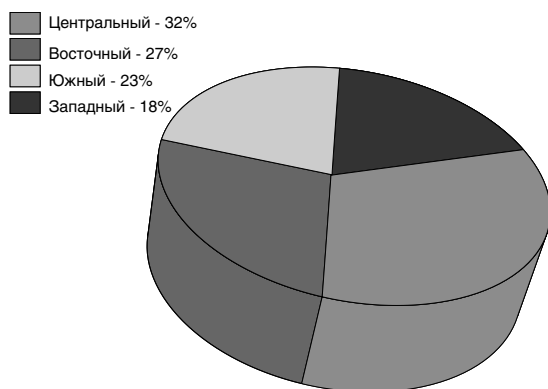


Рис. 2. География предоставления консалтинговых услуг

Как показано на рис. 2, такое более равномерное распределение вызвано тем, что большинство консалтинговых компаний не ограничивают свою деятельность территориально. Крупные компании открывают свои офисы в разных регионах, тогда как малые выезжают с консалтинговым проектом по месторасположению клиента. Поэтому часто работники консалтинговых компаний, офисы которых находятся в Киеве, работают в командировках в Восточном, Западном или Южном регионах, реже — наоборот. Таким образом, рынок консалтинговых услуг является общегосударственным.

Определение временных границ рынка консалтинговых услуг Украины

При установлении временных границ рынка консалтинговых услуг учитывается ряд факторов:

- продолжительность каждого консалтингового проекта вследствие его уникальности отличается и не является стандартизированной величиной;

- рынок консалтинговых услуг Украины развивается быстро и динамично;

- постоянная смена лидеров рынка, отсутствие соответствующей законодательной базы, регулирующей рынок, отсутствие официально признанных стандартов качества предоставления услуг свидетельствует о несформированности рынка консалтинговых услуг Украины.

Ввиду нестабильности структуры рынка консалтинговых услуг Украины (расширение клиентской базы, изменение операторов рынка, цен, видов услуг и т. д.), что только усугубляется влиянием мирового экономического кризиса, временные рамки можно определять исходя из того времени, когда структура рынка начала стабилизироваться. С 2009 года украинская экономика постепенно выходит из кризиса. Таким образом, временные границы рынка определяем на уровне 3 лет (2009–2011 гг), поскольку в течение этих двух лет структура рынка консалтинговых услуг Украины оставалась практически неизменной.

Анализ взаимодействия участников рынка

На основе приведенной общей характеристики рынка консалтинговых услуг Украины проведем поэтапный анализ рынка на уровне трех подсистем, предложенных выше.

Подсистема «фирма-клиент»

1. Состав продавцов на рынке консалтинговых услуг Украины:

- отечественные консалтинговые компании;
- широкопрофильные консалтинговые компании;
- узкоспециализированные консалтинговые компании;

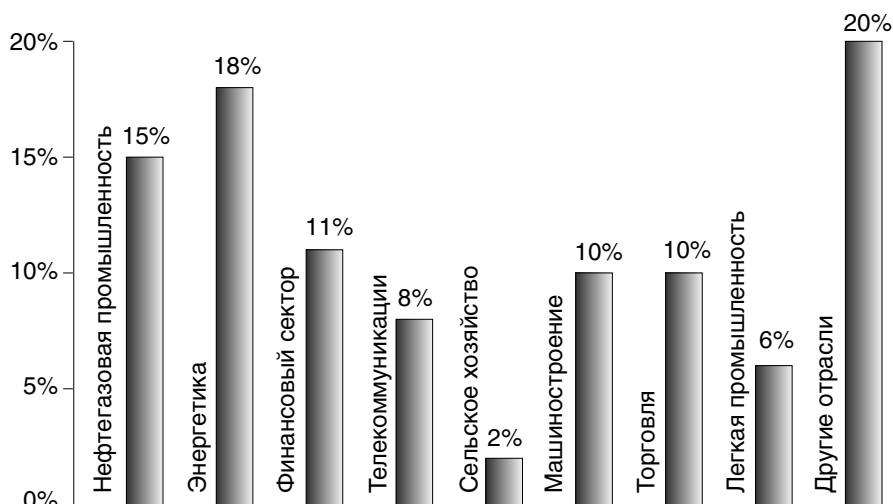


Рис. 3. Распределение клиентов консалтинговых компаний по отраслям экономики

- зарубежные консалтинговые компании;
- представительства международных консалтинговых компаний;
- консалтинговые компании, работающие в рамках реализации международных программ.

Среди лидеров рынка — представительства международных консалтинговых компаний:

- ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС»;
- ООО «МАККИНЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»;
- ООО «БЭЙН ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»;
- ООО «РОЛАНД БЕРГЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»;
- ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»
- и украинские компании:
 - ООО «АССИСТЕНТ»;
 - ООО «ИСТВАН»;
 - ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»;
 - ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»;
 - ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»;
 - ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»;
 - ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»;
 - ООО «АРМА КОНСАЛТ»;

- ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»;
- ООО «КРЕДИТ-РЕЙТИНГ».

2. Состав покупателей на рынке консалтинговых услуг Украины.

Клиентами консалтинговых компаний являются предприятия, учреждения и организации частной и государственной форм собственности, а также физические лица. Подавляющее большинство клиентов консалтинговых компаний составляют средние предприятия, тогда как в начале 2009 года количество крупных предприятий-клиентов превысило количество средних. Это объясняется в первую очередь тем, что вследствие кризисных явлений в мировой экономике средние компании более заметно сократили расходы на консалтинг по сравнению с крупными, либо и вовсе отказались от услуг консалтинговых компаний.

Распределение клиентов консалтинговых компаний по отраслям экономики иллюстрирует рис. 3.

Лидирующие позиции, согласно рис. 3, принадлежат отраслям энергетики и нефтегазовой промышленности. В этих отраслях сосредоточены гиганты современной промышленности, годовые обороты которых являются одними из крупнейших в Украине. Около 11% всех клиентов консалтинго-

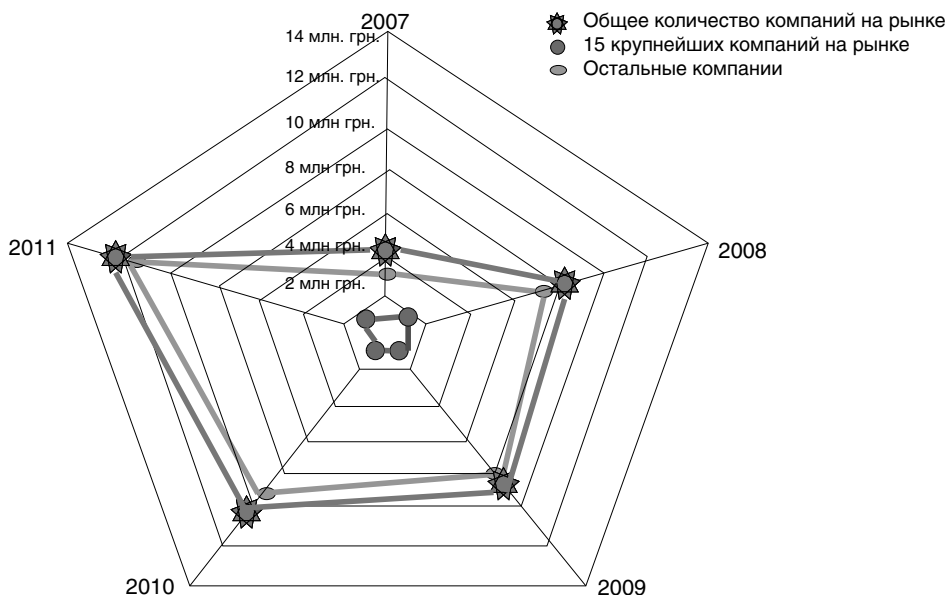


Рис. 4. Динамика распределения объема реализации рынка консалтинговых услуг Украины между его игроками

вых компаний составляют предприятия финансового сектора — это в основном банки. Следует отметить, что предприятия аграрного сектора (2%) практически не пользуются услугами консалтинговых компаний. Это можно объяснить разными объемами капиталовложений, отличительной динамикой развития отрасли.

Подсистема «фирма-фирма»

Объем рынка товара, согласно Методике⁵, можно определять, исходя из объемов реализации или объемов производства определенного товара в натуральном или стоимостном выражении.

На рынке консалтинговых услуг Украины, как уже упоминалось выше, действует около 3 тыс. компаний. В таблице 5 приведены

объемы реализации консалтинговых компаний за последние четыре года.

С целью проведения исследования уровня конкуренции на рынке были выделены 15 крупнейших консалтинговых компаний. Данные приведены в табл. 5.

Данные, приведенные в табл. 5, показывают, что рынок консалтинговых услуг Украины достаточно динамичный. Заметная стабилизация рынка наблюдается только в течение периода 2009–2011 годов. Объем исследуемого рынка постоянно растет. В докризисный период, а именно в 2008 году, прирост рынка консалтинговых услуг превышал 110%, тогда как во времена мирового финансового кризиса — прирост рынка составил всего лишь 5,56%. В 2010–2011 гг. ситуация на рынке изменилась к лучшему, и хотя прирост рынка не достиг докризисного отметки, наблюдалась положительная динамика роста рынка на уровне около 20% в год. Рис. 4 иллюстрирует динамику распределения объема рынка между его игроками. Синим цветом обозначено общее количество компаний на рынке, крас-

⁵ См. Методика определения монопольного (доминирующего) положения субъектов хозяйствования на рынке, утвержденная распоряжением Антимонопольного комитета Украины от 05.03.2003 г. № 49-р и зарегистрированная в Министерстве юстиции Украины 01.04.2002 г. за № 317/6605.

Таблица 5

**Объемы реализации услуг консалтинговых компаний Украины
в 2007–2011 гг.**

№	Компания	Объемы реализации, тыс. грн.				
		2007	2008	2009	2010	2011
1	ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС»	—	—	185624,0	250592,4	280632,3
2	ООО «АСИСТЕНТ»	66795,3	75359,7	108109,9	107028,8	110534,6
3	ООО «МАККИНЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»	38877,1	57575,0	106193,3	153980,2	169318,4
4	ООО «ИСТВАН»	38721,9	152335,0	98014,0	44106,3	42112,1
5	ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»	—	133648,1	90531,2	86004,6	92052,8
6	ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»	—	—	47837,0	52620,7	56440,2
7	ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»	18841,0	27920,0	47437,0	59296,3	66524,1
8	ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»	6587,9	23523,0	46010,0	50611,0	51650,7
9	ООО «БЭЙН ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»	29290,3	73667,5	37298,0	54082,1	58103,3
10	ООО «РОЛАНД БЕРГЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»	17358,9	24861,1	36873,4	53466,4	59378,3
11	ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»	33903,6	51789,7	34017,2	47624,1	52715,3
12	ООО «АРМА КОНСАЛТ»	—	—	29436,4	33851,9	37722,5
13	ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»	—	—	23696,6	24881,4	31524,9
14	ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»	13404,3	36194,0	21948,0	32922,0	28114,6
15	ООО «КРЕДИТ-РЕЙТИНГ»	32091,5	41093,0	21823,7	32735,5	36425,9
	Всего 15 компаний	295871,8	697966,1	934849,7	1083803,8	1173250,0
	Остальные	3495470,1	7299756,1	7507664,1	9047212,7	11323302,8
	ВСЕГО	3791341,9	7997722,2	8442513,8	10131016,5	12496552,8

ным — 15 самых крупных, оставшиеся компании отмечены зеленым. Как видим, пятнадцати крупнейшим консалтинговым фирмам принадлежит незначительная часть рынка в течение всего исследуемого периода.

Исследования долей субъектов хозяйствования на рынке позволяет определить их размер и установить, каким образом доля того или иного субъекта хозяйствования соотносится с общим объемом продукции на рынке.

В таблице 6 приведен расчет долей пятнадцати лидирующих консалтинговых компаний Украины.

Данные табл. 6 подтверждают, что рынок является динамичным. Компании, занимающие на нем лидирующие позиции, постоянно меняются. Начиная с 2009 года на рынке выделился более-менее четкий лидер с долей, приближающейся к 3% — ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС», международная аудиторская компания, которая в 2006 году открыла консалтинговое направление в Украине. Суммарная доля этих компаний на рынке составила 11% в 2009 году, 10,7% — в 2010 году и 10,1% — в 2011 году. Итак, на рынке консалтинговых услуг Украины действует большое число продавцов, каждый из ко-

Таблица 6

Распределение долей рынка консалтинговых услуг Украины между участниками

№	Компания	2009		2010		2011	
		Объемы реализации, тыс. грн.	Доля на рынке, %	Объемы реализации, тыс. грн.	Доля на рынке, %	Объемы реализации, тыс. грн.	Доля на рынке, %
1	ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУС-КУПЕРС»	185624,0	2,2	250592,4	2,5	370632,3	3,0
2	ООО «АСИСТЕНТ»	108109,9	1,3	107028,8	1,1	110534,6	0,9
3	ООО «МАККИНЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»	106193,3	1,3	153980,2	1,5	169318,4	1,4
4	ООО «ИСТВАН»	98014,0	1,2	44106,3	0,4	42112,1	0,3
5	ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»	90531,2	1,1	86004,6	0,8	92052,8	0,7
6	ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»	47837,0	0,6	52620,7	0,5	56440,2	0,5
7	ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»	47437,0	0,6	59296,3	0,6	66524,1	0,5
8	ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»	46010,0	0,5	50611,0	0,5	51650,7	0,4
9	ООО «БЭЙН ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»	37298,0	0,4	54082,1	0,5	58103,3	0,5
10	ООО «РОЛАНД БЕРГЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»	36873,4	0,4	53466,4	0,5	59378,3	0,5
11	ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»	34017,2	0,4	47624,1	0,5	52715,3	0,4
12	ООО «АРМА КОНСАЛТ»	29436,4	0,3	33851,9	0,3	37722,5	0,3
13	ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»	23696,6	0,3	24881,4	0,2	31524,9	0,3
14	ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»	21948,0	0,3	32922,0	0,3	28114,6	0,2
15	ООО «КРЕДИТ-РЕЙТИНГ»	21823,7	0,3	32735,5	0,3	36425,9	0,3
	Всего 15 компаний	934849,7	11,1	1083803,8	10,7	1263250,0	10,1
	Остальные	7507664,1	88,9	9047212,7	89,3	11233302,8	89,9
	ВСЕГО	8442513,8	100,0	10131016,5	100,0	12496552,8	100,0

торых удовлетворяет небольшую долю рыночного спроса.

Среди ряда барьеров входа и выхода на рынок (с рынка) консалтинговых услуг Украины следует выделить следующие:

- капитальные вложения;
- административные барьеры (необходимость разрешений и лицензий);

- барьеры уровня расходов у начинающего значительно выше.

Таким образом, вход на рынок консалтинговых услуг Украины практически свободен, существуют лишь незначительные ограничения.

При исследовании рынка на уровне системы «фирма-фирма» необходимым является

Таблица 7

Расчет индекса Херфиндаля–Хиршмана для рынка консалтинговых услуг Украины

№	Компания	Доля рынка, % в квадрате		
		2009	2010	2011
1	ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС»»	4,83	6,12	8,80
2	ООО «АСИСТЕНТ»	1,64	1,12	0,78
3	ООО «МАККИНЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»	1,58	2,31	1,84
4	ООО «ИСТВАН»	1,35	0,19	0,11
5	ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»	1,15	0,72	0,54
6	ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»	0,32	0,27	0,20
7	ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»	0,32	0,34	0,28
8	ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»	0,30	0,25	0,17
9	ООО «БЭЙН ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»	0,20	0,28	0,22
10	ООО «РОЛАНД БЕРГЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»	0,19	0,28	0,23
11	ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»	0,16	0,22	0,18
12	ООО «АРМА КОНСАЛТ»	0,12	0,11	0,09
13	ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»	0,08	0,06	0,06
14	ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»	0,07	0,11	0,05
15	ООО «КРЕДИТ-РЕЙТИНГ»»	0,07	0,10	0,08
	Другие (доля 1 фирмы)	0,0009	0,0016	0,0016
	ННІ	14,69	16,39	17,60

ся применения системы показателей уровня развития конкуренции.

Выделим основные из них и рассмотрим их положительные и отрицательные стороны:

Индекс Херфиндаля–Хиршмана⁶ является одним из наиболее используемых показателей уровня рыночной концентрации. Основное преимущество показателя — способность чутко реагировать на перераспределение долей рынка между действующими на нем фирмами. Показатель адекватно отражает усиление монопольной власти, когда на рынке появляется яв-

ный лидер. Но в то же время индекс Херфиндаля–Хиршмана не позволяет сравнить влияние фирм на рынке в условиях разных рыночных структур. Так, например, фирма в конкурентной среде, контролирующая 50% рынка, будет обладать в целом такими же возможностями влиять на рыночную цену, как и каждая из четырех равновеликих фирм в условиях олигопольного рынка. Индекс Джини⁷ позволяет более точно оценить уровень неравномерности распределения рыночных долей, но имеет недостатки, связанные со сложностью его расчета, а так-

⁶ Индекс хорошо описан в литературе, например, в публикации *Bajo-Rubio O., Salas R. Inequality foundations of concentration measures: an application to the Hannah-Kay indices // Spanish Economic Review. 2002. vol. 4, №4. P. 311–316. URL: <http://www.jstor.org>.*

⁷ *Gini C. Measurement of inequality of incomes // Economic Journal. 1921. 31. P. 124–126. URL: <http://www.jstor.org/pss/2223319>. Также см. *Lorenz M. O. Methods of measuring the concentration of wealth // Publications of the American Statistical Association. 1905. Vol. 9. № 70. P. 209–219. URL: <http://www.jstor.org>.**

же с тем, что индекс не учитывает количество участников рынка, поэтому этот показатель используется в комплексе с другими. С целью оценки уровня монопольной власти фирм зачастую используют индекс Лернера⁸. Для оценки влияния на развитие конкуренции малых и крупных фирм применяют индекс Ханна-Кея, U-Индекс⁹, основным недостатком которых является сложность расчета, и т. д.

Таким образом, в экономической теории и практике не существует единого показателя, отображающего уровень концентрации в отрасли. В зависимости от цели исследования и его глубины используется ряд показателей концентрации продавцов на рынке.

Проведем исследование уровня конкуренции на рынке консалтинговых услуг, используя индекс Херфиндала–Хиршмана, энтропии и дисперсии.

Индекс Херфиндала–Хиршмана (HHI) используется для исследования уровня конкуренции, которая существует в рамках рынка. Результаты расчетов, приведенные в табл. 8, доказывают, что рынок консалтинговых услуг Украины является высококонкурентным. Незначительная динамика в течение исследуемого периода индекса в сторону его роста на 1,7 никоим образом не влияет на результат, но свидетельствует о незначительном усилении рыночных позиций некоторых субъектов хозяйствования.

Коэффициентом энтропии является показатель, обратный концентрации: чем выше его значение, тем ниже возможность участников рынка влиять на цену, т. е. ниже является концентрация продавцов на рынке, а значит выше уровень конкуренции.

По своей сути показатель энтропии является мерой неупорядоченности случайных величин определенной системы. Такие низкие значения коэффициента для исследуемого рынка (см. табл. 8) можно объяснить большим разрывом между долей основного лидера рынка и долями большинства фирм на рынке консалтинговых услуг Украины. Видно, что уровень конкуренции на рынке немного снизился в 2011 году, чему способствовало закрепление рыночных позиций и увеличения долей, в первую очередь международных консалтинговых компаний.

С целью оценки неравенства в размерах фирм применим показатель разброса логарифмов рыночных долей или показатель дисперсии.

Чем больше разброс, тем выше концентрация продавцов на рынке. Уровень разброса долей растет в течение всего периода исследования, что свидетельствует об их неравномерном распределении между участниками рынка. Такое поведение показателя связано с выделением четкого лидера на рынке консалтинговых услуг Украины (о чем упоминалось выше). Учитывая результаты расчета показателя энтропии (см. табл. 8), следует отметить, что растущая неравномерность распределения рыночных долей на исследуемом рынке привела к незначительному снижению конкуренции на рынке в 2010 году, но оказала наиболее негативное влияние на уровень конкуренции в 2011 году, на что, соответственно, среагировали все три показателя. Таким образом, рынок консалтинговых услуг является высококонкурентным, а, следовательно, взаимная зависимость продавцов несущественна или вовсе отсутствует. Очевидно, что ни одна из фирм не имеет решающих преимуществ перед остальными.

Итак, в целом охарактеризована подсистема «фирма-фирма» для рынка консалтинговых услуг Украины. Проанализируем государственное регулирование рынка.

⁸ См. Lerner A. P. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // The Review of Economic Studies. 1934. Т. 1 (3). P. 157–175. URL: <http://www.e-book.com>.

⁹ Bajo-Rubio O., Salas R. Inequality foundations of concentration measures: an application to the Hannah-Kay indices // Spanish Economic Review. 2002. vol. 4, № 4. P. 311–316. URL: <http://www.jstor.org>.

Таблица 8

Расчет показателя энтропии для рынка консалтинговых услуг Украины

Компания	2009					2010					2011				
	Доля рынка	1/У _i	ln (1/У _i)	ln (1/У _i)*У _i	Доля рынка	1/У _i	ln (1/У _i)	ln (1/У _i)*У _i	Доля рынка	1/У _i	ln (1/У _i)	ln (1/У _i)*У _i	Доля рынка	1/У _i	ln (1/У _i)*У _i
ООО «ПРАЙСУОТЕРХАУСКУПЕРС»	0,022	45,480	3,820	0,084	0,025	40,430	3,700	0,092	0,030	33,717	3,518	0,104	0,030	33,717	3,518
ООО «АСИСТЕНТ»	0,013	78,090	4,360	0,056	0,011	94,660	4,550	0,048	0,009	113,056	4,728	0,042	0,009	113,056	4,728
ООО «МАККИНЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»	0,013	79,500	4,380	0,055	0,015	65,790	4,190	0,064	0,014	73,805	4,301	0,058	0,014	73,805	4,301
ООО «ИСТВАН»	0,012	86,140	4,460	0,052	0,004	229,700	5,440	0,024	0,003	296,745	5,693	0,019	0,003	296,745	5,693
ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»	0,011	93,260	4,540	0,049	0,009	117,800	4,770	0,041	0,007	135,754	4,911	0,036	0,007	135,754	4,911
ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»	0,006	176,490	5,170	0,029	0,005	192,530	5,260	0,027	0,005	221,412	5,400	0,024	0,005	221,412	5,400
ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»	0,006	177,970	5,180	0,029	0,006	170,850	5,140	0,030	0,005	187,850	5,236	0,028	0,005	187,850	5,236
ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»	0,005	183,490	5,210	0,028	0,005	200,170	5,300	0,027	0,004	241,944	5,489	0,023	0,004	241,944	5,489
ООО «БЭЙн ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»	0,004	226,350	5,420	0,024	0,005	187,330	5,230	0,028	0,005	215,075	5,371	0,025	0,005	215,075	5,371
ООО «РОЛАНД БЕРТЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»	0,004	228,960	5,430	0,024	0,005	189,480	5,240	0,028	0,005	210,457	5,349	0,025	0,005	210,457	5,349
ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»	0,004	248,180	5,510	0,022	0,005	212,730	5,360	0,025	0,004	237,057	5,468	0,023	0,004	237,057	5,468
ООО «АРМА КОНСАЛТ»	0,004	286,810	5,660	0,020	0,003	299,280	5,700	0,019	0,003	331,276	5,803	0,018	0,003	331,276	5,803
ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»	0,003	356,280	5,880	0,017	0,003	407,170	6,010	0,015	0,003	396,403	5,982	0,015	0,003	396,403	5,982
ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»	0,003	384,660	5,950	0,016	0,003	307,730	5,730	0,019	0,002	444,486	6,097	0,014	0,002	444,486	6,097
ООО «КРЕДИТ-РЕЙТИНГ»	0,003	386,850	5,960	0,015	0,003	309,480	5,730	0,019	0,003	343,068	5,838	0,017	0,003	343,068	5,838
Другие (доля 1 ирмы)	0,0003	3333,3	8,110	0,002	0,0004	2500,0	7,820	0,003	0,0004	2732,5	7,913	0,003	0,0004	2732,5	7,913
Показатель энтропии		0,00261				0,00330				0,00312					
Показатель относительной энтропии		0,00033				0,00042				0,00039					

Подсистема «фирма-государство»

Сегодня в Украине не существует полноценной комплексной системы государственного регулирования консалтинговой деятельности, поскольку не разработаны специальные нормативно-правовые документы, регулирующие исключительно сферу предоставления консалтинговых услуг. Источниками права консалтинговой деятельности являются: нормативно-правовой акт, международный нормативно-правовой договор и правовой обычай. Частично консалтинговую деятельность регулируют следующие нормативные акты.

Конституция Украины. Согласно ст. 54 Конституции Украины гражданам гарантируется свобода литературного, художественного, научного и технического творчества, защита интеллектуальной собственности, их авторских прав, моральных и материальных интересов, возникающих в связи с различными видами интеллектуальной деятельности. Каждый гражданин имеет право на результаты своей интеллектуальной, творческой деятельности, никто не может использовать или распространять их без его согласия, за исключениями, установленными законом. Государство содействует развитию науки, установлению научных связей Украины с мировым сообществом. Культурное наследие охраняется законом. Государство обеспечивает сохранение исторических памятников и других объектов, представляющих культурную ценность, принимает меры для возвращения в Украину культурных ценностей народа, находящихся за ее пределами¹⁰. Таким образом, Конституция Украины в общем определяет права лица на владение, пользование и распоряжение своей собственностью, результатами своей интеллектуальной, творческой деятельности.

Гражданский кодекс Украины определяет, что одним из оснований возникновения гражданских правоотношений являет-

ся создание литературных, художественных произведений, изобретений и других результатов интеллектуальной, творческой деятельности¹¹. Кроме того, в Гражданском кодексе четко прописаны определения частичной и неполной дееспособности физических лиц, предусматривающие возможность осуществлять (в случае частичной дееспособности) и самостоятельно осуществлять права (неполная дееспособность) на результаты интеллектуальной, творческой деятельности, которые охраняются законом.

Хозяйственный кодекс Украины. Согласно п. 2. ст. 5 Хозяйственного кодекса Украины право каждого владеть, пользоваться и распоряжаться своей собственностью, результатами своей интеллектуальной, творческой деятельности определяется как одна из конституционных основ правового хозяйственного порядка¹².

Закон Украины «Об авторском праве и смежных правах» определяет перечень объектов авторского права, имущественные права автора, а также порядок и способы гражданско-правовой защиты авторских и смежных прав.

Закон Украины «О защите экономической конкуренции».

Закон Украины «О защите от недобросовестной конкуренции».

Поскольку в основе консалтинговой услуги лежит знание, то информационная составляющая является определяющей в процессе разработки консалтингового проекта. Среди нормативно-правовых актов, которые в той или иной степени регулируют консалтинговую деятельность можно назвать:

- закон Украины «О защите информации в информационно-телекоммуникационных системах»;

¹¹ Гражданский кодекс Украины. Х.: Одиссей, 2012. С. 3–11.

¹² Хозяйственный кодекс Украины. Х.: Одиссей, 2012. С. 18.

¹⁰ Конституция Украины. К.: ЦУЛ, 2012. С. 12.

Таблица 9

Расчет показателя Дисперсии для рынка консалтинговых услуг Украины

Компания	2009				2010				2011			
	Доля рынка	lnY	lnY ²	(lnY ² - lnY) ²	Доля рынка	lnY	lnY ²	(lnY ² - lnY) ²	Доля рынка	lnY	lnY ²	(lnY ² - lnY) ²
ООО «ПРАЙСУОТЕРХАВСКУПЕРС»	0,022	-0,14	-3,82	13,53	0,0247	0,082	-3,70	14,31	0,0297	0,007	-3,52	12,43
ООО «АСИСТЕНТ»	0,0128		-4,36	17,81	0,0106		-4,54	21,42	0,0088		-4,73	22,42
ООО «МАККИЗИ И КОМПАНИЯ УКРАИНА»	0,0126		-4,37	17,95	0,0152		-4,18	18,22	0,0135		-4,3	18,56
ООО «ИСТВАН»	0,0116		-4,46	18,65	0,0044		-5,42	30,34	0,0034		-5,69	32,49
ООО КОМПАНИЯ «ЛЕВ»	0,0107		-4,54	19,36	0,0085		-4,76	23,52	0,0074		-4,91	24,19
ООО «ФС КОНСАЛТИНГ»	0,0057		-5,17	25,30	0,0052		-5,25	28,52	0,0045		-5,4	29,24
ООО «КОРПОРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ»	0,0056		-5,18	25,47	0,0059		-5,13	27,19	0,0053		-5,24	27,49
ООО «ПРО МАРКЕТИНГ»	0,0054		-5,22	25,84	0,005		-5,29	28,94	0,0041		-5,49	30,20
ООО «БЭЙН ЭНД КОМПАНИ ЮКРЕЙН»	0,0044		-5,43	27,97	0,0053		-5,24	28,32	0,0046		-5,37	28,92
ООО «РОЛАНД БЕРГЕР СТРЕТЕДЖИ КОНСАЛТЕНТС»	0,0044		-5,43	27,97	0,0053		-5,24	28,32	0,0048		-5,35	28,69
ДП «МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНСУЛЬТАЦИОННАЯ ГРУППА»	0,004		-5,52	28,98	0,0047		-5,36	29,61	0,0042		-5,47	29,98
ООО «АРМА КОНСАЛТ»	0,0035		-5,65	30,44	0,0033		-5,71	33,59	0,003		-5,8	33,76
ООО «АКЦЕНТ КОНСАЛТ»	0,0028		-5,88	32,95	0,0025		-5,99	36,88	0,0025		-5,98	35,88
ООО «БОСТОН КОНСАЛТИНГ ГРУПП УКРАИНА»	0,0026		-5,95	33,81	0,0032		-5,74	33,94	0,0022		-6,1	37,26
ООО «КРЕДИТ — РЕЙТИНГ»	0,0026		-5,95	33,81	0,0032		-5,74	33,94	0,0029		-5,84	34,17
Другие (доля 1 фирмы)	0,0003		-8,11	63,58	0,0004		-7,82	62,50	0,0004		-7,91	62,73
Сумма		443,43				479,56				488,40		
Дисперсия		0,42				0,44				0,45		

- закон Украины «Об информационных агентствах»;
- закон Украины «Об информации»;
- закон Украины «О научно-технической информации»;
- закон Украины «О научной и научно-технической экспертизе»;
- закон Украины «Об охране прав на изобретения и полезные модели»;
- закон Украины «О распространении экземпляров аудиовизуальных произведений, фонограмм, видеограмм, компьютерных программ, баз данных»;
- закон Украины «Об электронных документах и электронном документообороте»;
- закон Украины «Об электронной цифровой подписи»;
- постановления Кабинета министров Украины;
- международные договоры и прочее.

Можно сделать вывод, что для рынка консалтинговых услуг Украины фактически отсутствует соответствующее специализированное регулирование со стороны государства. Это способствует тому, что значительная доля рынка находится «в тени», часть консалтинговых услуг характеризуется низким уровнем качества, а консалтинг остается рискованным видом деятельности.

Заключение

Исследуемый рынок развивается быстрыми темпами. Услугами консалтинга в Украине пользуются ведущие предприятия в различных отраслях экономики, и спрос на них ежегодно возрастает. Консалтинг стал важным инструментом обеспечения эффективной деятельности украинских предприятий, на рынке преобладают услуги по разработке и внедрению бизнес-процессов, финансовый, инвестиционный, IT-консалтинг, оказание услуг по реструктуризации бизнеса и т. д.

Подводя итоги, еще раз выделим особенности рынка консалтинговых услуг Украины:

- товар каждой фирмы, действующей на рынке, не является абсолютным заменителем товара, реализуемого другими фирмами;
- вход фирм на рынок практически свободен, могут существовать лишь незначительные ограничения;
- перспектива получения быстрой прибыли привлекает на рынок новые фирмы с конкурирующими марками товаров, снижая в долгосрочном периоде экономические прибыли участников рынка до нуля;
- отсутствует взаимная зависимость фирм;
- на рынке действует относительно большее число продавцов, каждый из которых удовлетворяет небольшую долю рыночного спроса на определенный товар;
- ни одна из фирм не имеет решающих преимуществ перед другими;
- для рынка консалтинговых услуг Украины фактически отсутствует соответствующее регулирование со стороны государства;

Итак, рынку присущи черты как монополии, так и конкуренции. Такая ситуация характерна для рынков с монополистической конкуренцией. Таким образом, проведенное исследование показало, что украинский рынок управленческого консультирования является ярким примером рынка с монополистической конкуренцией.

Список литературы

1. Агабеков С. И., Кокурин Д. И., Левина Е. А. Состояние конкурентной среды: теория и практика экспертной оценки // Современная конкуренция. 2011. № 4 (28).
2. Алавердов А. Р. Консалтинговая деятельность в системе конкурентных преимуществ негосударственных вузов // Современная конкуренция. 2012. № 2 (32).
3. Алешин Д. А., Положихина М. А. Современные подходы ФАС России к анализу состояния конкурентной среды на товарных рынках // Современная конкуренция. 2007. № 5 (5).

4. Гражданский кодекс Украины. Х.: Одиссей, 2012. — 256 с.
5. Данные исследования «Анализ рынка консалтинговых услуг Украины». проведенного исследовательской компанией «Международная маркетинговая группа Украина». URL: <http://www.marketing-ua.com>.
6. Конституция Украины. К.: ЦУП, 2012. — 96 с.
7. Методика определения монопольного (доминирующего) положения субъектов хозяйствования на рынке, утвержденная распоряжением Антимонопольного комитета Украины от 05.03.2003 г. № 49-р и зарегистрированная в Министерстве юстиции Украины 01.04.2002 г. за № 317/6605.
8. Обзоры рынка консалтинговых услуг. URL: <http://www.marketing.vc>.
9. Официальные данные Государственной службы статистики Украины.
10. Рубина Э. Ю. Возможность оценки реальной и потенциальной конкурентоспособности российских консалтинговых компаний // Современная конкуренция. 2008. № 6 (12).
11. Хозяйственный кодекс Украины. Х.: Одиссей, 2012. — 360 с.
12. Bajo-Rubio O., Salas R. Inequality foundations of concentration measures: an application to the Hannah-Kay indices // Spanish Economic Review. 2002. vol. 4, № 4. P. 311–316. URL: <http://www.jstor.org>.
13. Bikker J. A., Haaf K. Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Review of the Literature // Economic and Financial Modelling. Summer, 2002. P. 46. URL: <http://www.jstor.org>.
14. Gini C. Measurement of inequality of incomes // Economic Journal. 1921. 31. P. 124–126. URL: <http://www.jstor.org/pss/2223319>.
15. Lerner A. P. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // The Review of Economic Studies. 1934. T. 1 (3). P. 157–175. URL: <http://www.e-book.com>.
16. Lorenz M. O. Methods of measuring the concentration of wealth // Publications of the American Statistical Association. 1905. Vol. 9. № 70 P. 209–219. URL: <http://www.jstor.org>.

E. Gritsenko, PhD (Economics), Professor of Chair of Economics and Competition Policy, Kiev National University of Trade and Economics, KNTEU, elenakntey@ukr.net

Iu. Rak, Assistant of Chair of Economics and Competition Policy, Kiev National University of Trade and Economics, yulya-rak@rambler.ru

CHARACTERISTICS OF A COMPETITION ON THE CONSULTING SERVICES MARKET OF UKRAINE

This article is devoted to analysis of structure, dynamics, and state of competitive environment at the different coordination levels of Ukrainian consulting services market participants. The authors identify three coordination levels of market entities: «firm-client», «firm-firm» and «firm-state». By analyzing «firm-client» level we gained an impression about features of the market supply and demand. There were analyzed positive and negative sides of the most usable on practice concentration ratios at the «firm-firm» level. Also were uncovered some principal limitations of concentration indexes. These weaknesses may cause to some skewing of eventual research results. Study of the «firm-state» level made it possible to evaluate the nature and extent of government regulation of the market.

Key words: microeconomic analysis, competition, consulting services market, market concentration measurement.