

Алавердов А. Р., докт. экон. наук, профессор, зав. кафедрой
Управления человеческими ресурсами МФПУ «Синергия»,
г. Москва, alavardov@bk.ru



КОНСАЛТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ВУЗОВ

В статье аргументируется необходимость развития консалтинговой деятельности негосударственных учреждений высшего профессионального образования как одного из направлений повышения их конкурентоспособности. Формулируются общие требования к организации рассматриваемого направления деятельности вуза, включая ее финансовый аспект.

Ключевые слова: консалтинг в вузе, конкурентоспособность вуза, конкурентные преимущества вуза, консалтинговый центр вуза.

Введение

Консалтинговые услуги являются одним из традиционных продуктов, предлагающихся на современном рынке информационных ресурсов. Консультирование как вид общественно полезной человеческой деятельности возникло еще в докапиталистических формациях, но лишь во второй половине XX в. превратилось в полномасштабную отрасль бизнеса. Основным побудительным мотивом для развития данной отрасли выступает объективная тенденция к углублению специализации управленческого труда, которая проявляется в непрерывном усложнении хозяйственных связей, контрактного и финансового законодательства, появлении новых бизнес-технологий, углублении сегментации ресурсных рынков. Рассматриваемая тенденция исключает саму возможность присутствия на рынке труда менеджеров-универсалов,

в равной степени компетентных во всех областях управления. Не только предприятиям малого или среднего бизнеса, но и крупным корпорациям становится нерентабельно содержать весь потенциально необходимый штат высококвалифицированных специалистов. Намного выгоднее использовать услуги приглашенных со стороны консультантов, специализирующихся в тех или иных областях бизнеса.

Рынок консалтинговых услуг, его особенности и участники

На современном рынке консалтинговых услуг предлагаются самые разнообразные по целевой направленности продукты, классификация которых отражена в табл. 1.

Рынок консалтинговых услуг имеет ряд особенностей, отличающих его от большинства товарных рынков. Во-первых, можно отметить нематериальный характер реали-