



УДК 338.462.699.235
ББК 65.206.11
С 34

Рецензенты:

О. Н. Мельник, профессор ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана», доктор экономических наук, профессор;
В. Г. Ларионов, профессор ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», доктор экономических наук, профессор.

С 34 Сидорук, Е. Р.
Маркетинговое консультирование и структура управленческого консультирования малых и средних предприятий. Монаграфия. / Е. Р. Сидорук. – М.: Креативная экономика, 2012. 184 с., илл.

ISBN 978-5-81292-101-8

В монографии проанализирована роль маркетингового консультирования малых и средних предприятий. Проведен анализ проблем и задач маркетингового консультирования малых и средних предприятий. Изложены теоретические основы процесса консультирования. Проанализированы регуляторы спроса экспертов. Рассмотрены некоторые практические аспекты оказания консультационных изменений в малых и средних предприятиях. Рассмотрены институциональные аспекты маркетинговой консультационной поддержки малых предприятий.

Монаграфия предназначена для государственных служащих, преподавателей, преподавателей вузов, научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, интересующихся вопросами маркетингового консультирования малого бизнеса. Структура и основные материалы монографии позволяют использовать ее в качестве учебного пособия на курсах «Маркетинг», «Маркетинговое исследование», «Управление маркетингом», «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом», «Государственное и муниципальное управление», «Управленческое консультирование» и «Маркетинговое консультирование».

УДК 338.462.699.235
ББК 65.206.11

ISBN 978-5-81292-101-8

© Е. Р. Сидорук, 2012
© Издательство
«Креативная экономика», 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДСЛОВИЕ	5
Глава 1. ХАРАКТЕР И ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	8
1.1. История управленческого консультирования	8
1.2. Российский рынок консультационных услуг	32
1.3. Проблемы и задачи консультирования малых и средних предприятий	16
1.4. Характер и цели маркетингового консультирования малых и средних предприятий	29
Глава 2. СТРУКТУРА КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	34
2.1. Основные понятия и определения	34
2.2. Направления, стили и способы консультирования	37
2.3. Управленческий и маркетинговый консалтинг	40
2.4. Опыт консультационных услуг	57
Глава 3. СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ И ПЕРЕДАЧИ РЕШЕНИЙ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	61
3.1. Структура процесса маркетингового консультирования	61
3.2. Проблема реальных изменений в управлении малыми и средними предприятиями	73
3.3. Этапы, процесс и методы реализации изменений	74
3.4. Проблемы внедрения изменений в управление малым и средним предприятием	89

3

Глава 4. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	99
4.1. Методика и характеристика исследования	99
4.2. Анализ взаимосвязи роста малых и средних предприятий и занятости населения	110
4.3. Результаты экспертного опроса	118
Глава 5. МАРКЕТИНГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В СТРУКТУРЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА	124
5.1. Структура поддержки малого и среднего бизнеса в зарубежных странах	124
5.2. Структура поддержки малых и средних предприятий в России	139
5.3. Маркетинг в структуре консультационной поддержки малых и средних предприятий	153
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	166
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	175

4

Р.Р. Сидорчук

**МАРКЕТИНГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ
В СТРУКТУРЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО
КОНСАЛТИНГА
МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Монография

Москва 2012

В монографии проанализирована роль маркетингового консультирования малых и средних предприятий. Проведен анализ проблем и задач маркетингового консалтинга малых и средних предприятий. Изложены теоретические основы процесса консультирования. Проанализированы результаты опроса экспертов. Рассмотрены некоторые практические аспекты внесения консалтинговых изменений в малые и средние предприятия. Рассмотрены институциональные аспекты маркетинговой консультационной поддержки малых предприятий.

Монография предназначена для государственных служащих, предпринимателей, преподавателей вузов, научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, интересующихся вопросами маркетингового консалтинга малого бизнеса. Структура и основные материалы монографии позволяют использовать её в качестве учебного пособия по курсам «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Управление маркетингом», «Маркетинговое управление малым и средним бизнесом», «Государственное и муниципальное управление», «Управленческое консультирование» и «Маркетинговое консультирование».

© Сидорчук Р.Р., 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	5
ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ГЛАВА 1 ХАРАКТЕР И ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
1.1 История управленческого консультирования	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Российский рынок консультационных услуг	14
1.2 Проблемы и задачи консультирования малых и средних предприятий	19
1.4 Характер и цели маркетингового консультирования малых и средних предприятий.	34
ГЛАВА 2 СТРУКТУРА КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ УСЛУГ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	39
2.1 Основные понятия и определения	39
2.2 Направления, стили и способы консультирования	42
2.3 Управленческий и маркетинговый консалтинг	45
2.4 Оплата консультационных услуг	64
ГЛАВА 3 СТРУКТУРА МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ И ПЕРЕДАЧИ РЕШЕНИЙ В МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	69
3.1 Структура процесса маркетингового консультирования	69
3.2 Проблема реальных изменений в управлении малыми и средними предприятиями	82
3.3 Этапы, процесс и методы реализации изменений.....	83
3.4 Проблемы внесения изменений в управление малым и средним предприятием	100
ГЛАВА 4 РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	112
4.1 Методика и характеристика исследования	112
4.2 Анализ взаимосвязи роста малых и средних предприятий и занятости населения	124
4.3 Результаты экспертного опроса	133
ГЛАВА 5 МАРКЕТИНГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В СТРУКТУРЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА	141
5.1 Структура поддержки малого и среднего бизнеса в зарубежных странах.	141

5.2. Структура поддержки малых и средних предприятий в России	162
5.3 Маркетинг в структуре консультационной поддержки малых и средних предприятий	174
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	189
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	199