



STUDIJA KONZULTANTSKOG TRŽIŠTA U HRVATSKOJ

Sažetak

Uvod

Studija tržišta konzultantskih usluga u Hrvatskoj je sveobuhvatna procjena stanja tržišta konzultantskih usluga za mikro, mala i srednja poduzeća (MMSP) i podržavajuće poduzetničke infrastrukture u Hrvatskoj. Studiju je pripremio CEPOR, a financirao Business Advisory Services (BAS) program Europske banke za obnovu i razvoj. Cilj Studije je izrada preporuka za intervenciju HAMAG-BICROa u olakšavanju pristupa MMSP konzultantskim uslugama te davanje smjernica pružateljima konzultantskih usluga o potrebama i potencijalu razvoja tržišta. Rezultati Studije temelje se na sekundarnom istraživanju i anketnom istraživanju među konzultantima za MMSP i donositeljima odluka u MMSP, provedenom u svibnju 2014. godine.

Glavni rezultati Studije

MMSP predstavljaju važan dio hrvatskog gospodarstva: s 100.841 poslovnih subjekata u 2013. godine najveći su poslodavac u Hrvatskoj (68% zaposlenosti), te značajno doprinose ukupnom prihodu (52%) i izvozu (48%). Najznačajniji problemi s kojima su se susreću MMSP su problemi pravne prirode, problemi u upravljanju financijama i problemi vezani uz prodaju i marketing.

Savjetodavnu infrastrukturu za razvoj sektora MMSP u Hrvatskoj čine poduzetničke potporne institucije (PPI) i privatna profesionalna konzultantska poduzeća. Mreža PPI sastoji se od 46 regionalnih razvojnih agencija, 44 centra za poduzetništvo, 38 poslovna inkubatora, 15 poslovnih i tehnoloških parkova i oko 300 poslovnih zona. PPI usmjerene su primarno na pružanje informacija i savjetodavnih

usluga vezanih uz izradu poslovnih planova te projektne prijave na objavljene natječaje. Usluge izrade poslovnih planova i projektnih prijedloga PPI pružaju pod povoljnijim uvjetima i u tom području predstavljaju nelojalnu konkurenciju profesionalnim konzultantima. Dodatno, profesionalni konzultanti, za razliku od većine PPI, pružaju i složenije i uže specijalizirane savjetodavne usluge. Privatnih konzultantskih poduzeća ima 2.799 (FINA, 2014) od kojih je više od polovice registrirano u Gradu Zagrebu (59%), najčešće imaju tri zaposlena i većina je u domaćem vlasništvu (91%). Konzultanti najčešće posjeduju široko opće znanje i pokrivaju široko područje pružanja konzultantskih usluga (izradu poslovnih i marketing planova, investicijskih studija, projektnih prijedloga za natječaje za različite poticaje, kredite, EU fondove, te traženje poslovnih partnera i investitora). S druge strane, nedovoljan je broj konzultanata s usko specijaliziranim znanjima, te je prisutna slaba pokrivenost pojedinih problemskih područja koja MMSP prepoznaju kao važna za rješavanje u idućem razdoblju.

U razdoblju od 2011. do 2014. godine 22% MMSP angažiralo je konzultanta, i to najčešće za rješavanje problema pravne prirode, problema vezanih uz pripremu poslovnog plana, problema u upravljanju financijama ili upravljanju općenito. Od svih poduzeća koja su koristila konzultantske usluge, njih 55% sigurno će u budućem razdoblju ponovno koristiti usluge konzultantata, što ukazuje na smanjenje lojalnosti MMSP nakon korištenja usluge zbog prethodnog lošeg iskustva. Većina MMSP informaciju o konzultantu dobilo je putem preporuke (koja ujedno predstavlja kanal promocije i prodaje koji konzultanti najčešće koriste). Proces odabira konzultanta je nejasan i nerazvijen, nedovoljno

promoviraju svoje usluge, a tek 25% konzultanata ima razvijene marketinšku i prodajnu strategiju.

Najvažniji kriterij za odabir konzultanata je stručnost i znanje, nakon čega slijede razumijevanje poslovnog problema i iskustvo konzultanta. Najmanje važni kriteriji su porijeklo konzultantskog poduzeća, geografska udaljenost i cijena. Iste kriterije kao najvažnije i najmanje važne prepoznaju i konzultanti što ukazuje na svjesnost konzultanata o njihovoj poziciji iz perspektive MMSP. U većini slučajeva, nekorisnici konzultantskih usluga nisu koristili konzultante jer su uspjeli sami riješiti svoj problem.

Važnu ulogu u izgradnji povjerenja i prepoznatljivosti kvalitetnih konzultanata imaju programi certificiranja i udruženja profesionalnih konzultanata. Velika većina konzultantskih poduzeća za MMSP je upoznata s djelovanjem udruženja konzultantata u Hrvatskoj (89%), a svako drugo konzultantsko poduzeće je član nekog udruženja. Međutim, članstva u profesionalnim udruženjima konzultanata, iz perspektive MMSP, nisu trenutno prepoznata kao dokaz kvalitete niti nositelji vrijednosti, te samim time ne predstavljaju referencu za konzultante. MMSP koja traže konzultantsku pomoć, bit će spremniji razmotriti korištenje konzultantske usluge ukoliko je konzultant spreman sudjelovati u riziku odluke donešene na temelju konzultantske podrške (kroz osiguravanje besplatnog savjeta prije početka suradnje, provođenje besplatnog pilot projekta, definiranje cijene konzultantske usluge u korelaciji s ostvarenim rezultatom).

Preporuke

Za KONZULTANTE

(1) Fokusrati poslovanje na ključne probleme koje predstavnici MMSP sektora prepoznaju kao značajne za rješavanje u idućih godinu dana: problemi pravne prirode, problemi vezani uz upravljanje financijama, te problemi vezani uz marketing i prodaju;

(2) Ponuditi konzultantske usluge uz različite modalitete plaćanja koji odražavaju spremnost konzultanta na sudjelovanje u riziku donošenja odluke, te samouvjerenost u sposobnost pružanja

podrške u rješavanju problema i razvoju poslovanja poduzetnika;

(3) Uža specijalizacija konzultanata kroz identifikaciju područja vlastite uže ekspertize – na temelju vlastitog iskustva i znanja, te tržišnog potencijala koji je naročito prepoznat u sljedećim područjima: ušteda energije i mjere zaštite okoliša, uvođenje i nadogradnja računalnih sustava za upravljanje informacijama, implementacija, priprema i certificiranje sustava upravljanja kvalitetom, sustavi za unapređenje računovodstva i kontrolinga, inženjerske studije, implementacija suvremenih sustava upravljanja ljudskim resursima.

Za HAMAG BICRO

(1) Podržati djelovanje profesionalnih udruženja konzultanata s ciljem promocije konzultantskih usluga i konzultantske profesije, povećanja standarda i kriterija za pružanje konzultantskih usluga za MMSP i jačanja kvalitete ponude konzultantskih usluga;

(2) Sufinancirati edukaciju konzultanata za MMSP u tržišnim nišama gdje postoji nezadovoljena potražnja (sistemi upravljanja kvalitetom, informacijski sustavi i IT tehnologije, inženjerske studije, poboljšanje računovodstva i kontrolinga, zaštita okoliša i energetske učinkovitosti, suvremeni sustavi upravljanja ljudskim resursima);

(3) Sufinancirati edukaciju konzultanata u područjima vezanim uz opće poslovanje (pripremu poslovnih i marketing planova te investicijske studije) s ciljem konverzije saturiranih tržišnih segmenata općih konzultantskih poslovnih usluga od raspoloživih do izvrsnih konzultantskih usluga;

(4) Facilitirati organizaciju besplatnih promotivnih radionica na kojima će konzultanti prezentirati svoj potencijal i na taj način imali priliku izgraditi povjerenje MMSP u kapacitet za pružanje stručne podrške u rješavanju problema MMSP.

Lipanj, 2014.