

2. Kornilova T. V. Experimental psychology: a textbook for bachelors. М.: Yurayt, 2013.
3. Posypanov S. O. Perception of Russian television advertising by foreign youth // Society: sociology, psychology, pedagogy. 2017. №12. Pp. 32-45.
4. <http://www.geerthofstede.nl/>

## ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ В КАЗАХСТАНЕ

Е. Ж. Абзалбек

*Студент докторантуры,  
Карагандинский государственный  
университет им. Е. А. Букетова,  
г. Караганда, Казахстан*

---

**Summary.** This article discusses trends in and the structure of traditional business services for the business: management consulting and market conditions study. Vector of the growing demand-led for logistics services was identified, which currently accounted for nearly half of the demand for management consulting services on the market. In the field of the market conditions are dominating advertising services, at the same time studies of the market are growing, but their proportion in relation to the demand for advertising is minor.

**Keywords:** business services; management consulting; services of market conditions studies; logistics services; advertising services.

---

Постиндустриальная экономика характеризуется не только наличием значимого удельного веса высокотехнологичных отраслей промышленности, но и интенсивной динамикой сферы постиндустриальных услуг, включающих информационно-коммуникационные, деловые и профессиональные услуги [1].

В состав деловых услуг включаются услуги для бизнеса, который на основе аутсорсинга все чаще отдает эти услуги сторонним специалистам, сокращая издержки и усиливая свою конкурентоспособность в основной сфере деятельности.

В статье рассматриваются особенности развития двух видов услуг, которые традиционно включают в состав деловых [2].

Услуги управленческого консалтинга.

Этот вид услуг по объему производства занимает второе место после группы услуг архитектуры, инжиниринговых и технических услуг, как в 2011 году, так и в 2017 году. Это говорит о высоком уровне спроса на такой вид деловых услуг. Основные показатели сегмента представлены в таблице 1.

**Показатели темпов роста и структуры сегмента консалтинговых услуг  
по вопросу управления за период 2017/2011 годы.**

Виды консалтинга по вопросам управления	Объемы производства услуг, млн. тенге		Темп прироста, %	Структура, %	
	2011	2017	2017/2011	2011	2017
Торговые знаки и привилегии	154,4	3,7	-97,6	0,2	0,0
Маркетинг	13460,7	7297	-45,8	16,1	3,6
Услуги PR	587,6	480,6	-18,2	0,7	0,2
Финансовый менеджмент	11680,1	12518,2	7,2	14,0	6,2
Управление бизнес-процессами	1153,5	1236,5	7,2	1,4	0,6
Управление ЧР	2266,8	2850	25,7	2,7	1,4
Бизнес-консалтинг	5924,8	7960,8	34,4	7,1	3,9
Услуги головных компаний	19567,3	27762,7	41,9	23,5	13,7
Управление проектами	3797,6	5852,2	54,1	4,6	2,9
Управление производством	2152,7	3918,1	82,0	2,6	1,9
Стратегическое управление	14241,5	33629,9	136,1	17,1	16,6
Все	83415,5	202390	142,6	100,0	100,0
Логистика и прочие управления	8428,5	98881,2	1073,2	10,1	48,9
*Составлено автором по источнику [3]					

Динамика сектора (142,6 % прироста за период с 2011 по 2017 годы) является одной из самых высоких по сегменту постиндустриальных услуг. Например, превышает стремительно растущие компьютерные услуги, объем которых вырос на 116 % за аналогичный период.

В то же время, темпы роста разных видов услуг отличаются значительной неравномерностью.

Лидером прироста являются услуги логистики, цепных поставок и прочих управлений – 1073 % за период. Это по всей видимости говорит о востребованности консультаций по вопросам формирования кластерных групп и поиска возможностей постоянства деловых связей на рынках для снижения рисков рыночной экономики. В результате высоких темпов роста доля данного вида консалтинговых услуг выросла с 10,1 % до 48,9 %, то есть на данный момент составляет практически половину рассматриваемого сегмента рынка. Результатом высоких темпов роста в данном секторе рынка является то, что все остальные разновидности услуг в этом сегменте развиваются медленнее, т.е. их темпы прироста меньше, чем средний темп роста 142 %.

Следующими по востребованности являются услуги стратегического управления, управления производством, управления проектами.

В группу со средними темпами роста входят услуги головных компаний, услуги по вопросам предпринимательства, услуги по управлению человеческими ресурсами компании.

Наименьшие темпы прироста имеют услуги финансового менеджмента и управления бизнес-процессами. Услуги маркетинга, например, сократили свою долю с 16,1 % до 3,6 %. Услуги финансового менеджмента с 14,0 % до 6,2 %.

В группу услуг с отрицательными темпами прироста попали услуги маркетинга, услуги взаимодействия с общественностью, услуги по созданию торговых знаков.

В связи с вышеописанными тенденциями, диверсификация рынка снизилась, концентрация рынка на услугах логистики и прочих вопросов управления повысилась. Из всех услуг управления сохранить удельный вес своей рыночной ниши удалось только консалтингу по вопросам стратегического управления, который занимает в 2017 году 16,6 % рынка, в то время как в 2011 был на уровне 17,1 %.

Услуги в области рекламы и изучения рынка. Анализ развития этого сегмента рынка показал, что на нем в полной мере отразились кризисные тенденции и сокращение объемов спроса со стороны населения и хозяйствующих субъектов разных отраслей экономики. Прежде всего, это касается рекламы и её разных видов услуг по её предоставлению, информация о которых представлена в таблице 2.

Безусловным лидером рынка являются услуги рекламы разных видов, которые несмотря на снижение группы прочих рекламных услуг за период с 2011 по 2017 годы как в абсолютном, так и в относительном выражении с 56,1 % до 46,0 %, остаются наиболее массовым объектом спроса на данном сегменте. Вместе с услугами рекламы основными, они составляют 82,2 % рассматриваемого сегмента рынка в 2017 году против 84,1 % в 2011 году.

Темпы роста всех видов рекламных услуг, кроме базовой рекламы и рекламы в печати оказались ниже, чем по сегменту в целом – 84,7 %.

Объемы услуг продажи или аренды места для рекламы в печати показали темпы прироста 210,4 %, услуга пока считается у хозяйствующих субъектов и граждан более востребованной и дешевой, чем реклама в Интернете и на телевидении.

Углубленные исследования рынка имеют темпы роста почти в 10 раз большие, чем в среднем по сегменту, а удельный вес вырос с 0,2 % до 2,3 %. Диверсифицированная группа услуг по «изучениям рынка прочим» выросла на 344,1 % за период с 2011 по 2017 годы и к 2017 году имеет удельный вес 7,6 %, что фактически соответствует третьему месту по значимости на данном сегменте.

**Показатели темпов роста и структуры сегмента услуг рекламы  
и изучения рынка по видам за 2017/2011 гг. (фрагмент)**

	Объемы производства услуг, млн. тенге		Темп прироста, %	Структура, %	
	2011	2017	2017/2011	2011	2017
Разработка идеи и дизайна рекламных объектов	2078,6	548,4	26,4	1,7	0,5
Продажа или аренда места для рекламы в Интернете	416,7	124,6	29,9	0,3	0,1
Продажа или аренда места для рекламы на ТВ	4624,4	1693,8	36,6	3,7	1,6
Услуги рекламы прочие	70460,9	49000,3	69,5	56,1	46,0
Все виды	125623,2	106455,9	84,7	100,0	100,0
Реклама	35216,4	38539,3	109,4	28,0	36,2
Качественные обзоры рынка	805,1	1063,7	132,1	0,6	1,0
Количественные обзоры рынка	175,6	328,8	187,2	0,1	0,3
Продажа или аренда места для рекламы в печати	977,6	2057,3	210,4	0,8	1,9
Обзоры рынка для конкретных случаев	317,2	1003,9	316,5	0,3	0,9
Изучение рынка прочее	2356,6	8109,9	344,1	1,9	7,6
Прочие	295,9	2426,1	819,9	0,2	2,3
* Составлено автором по источнику [3]					

Оценка позволяет увидеть более или менее динамичные позиции в предложении консалтинговых услуг для бизнеса.

#### Библиографический список

1. Услуги в современной экономике / отв. ред. Л. С. Демидова. – М. : ИМЭМО РАН, 2010. – 342 с.
2. Кондратьев В. Б. Сфера услуг в постиндустриальной экономике // Креативная экономика. – 2011. – № 7. – С. 128–135.
3. Статистические сборники «Услуги Казахстана». Официальный сайт <http://www.stat.gov.kz/>