

Содержание:

image not found or type unknown



1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящий реферат выполнен на примере юридической компании ТОО (Товарищество с ограниченной ответственностью) «FD Consulting Group», Республика Казахстан, г. Нур-Султан.

Численность головной компании – 6 человек. Имеется 4 дочерних предприятия, численностью от 2-х до 4-х человек. 3 дочерних компании специализируются на оказании услуг в разных отраслях права, 1 компания - на бухгалтерском обслуживании, материально - техническом обеспечении всей группы компаний. Общее количество сотрудников – 14.

ТОО (головная компания) существует на рынке около 2-х лет, дочерние предприятия – несколько месяцев. Уникальность группы компаний – ее кадры. Опыт работы сотрудников – от 13 до 24 лет в органах прокуратуры в разных отраслях, в том числе на руководящих должностях областных звеньев и структурных подразделений Генеральной прокуратуры, антикоррупционной службы. Навыки юридической работы: следственный, надзорный, судебный, законотворческий, аналитический, консультационный.

До настоящего времени стратегическое развитие всего предприятия обсуждалось, в основном, в устном порядке.

Однако, с ростом компании и ее расширением, приобретением определенной уверенности в своих силах и желанием наращивать обороты и доходы, начала складываться необходимость в разработке стратегии компании, всестороннего и комплексного подхода к ее развитию с учетом имеющихся в современной науке и практике методов, приемов и инструментов.

В этой связи начата разработка Стратегии компании [\[1\]](#), частью которой является SWOT -анализ.

Определена следующая миссия группы компаний ТОО «FD Consulting Group»:

Оказывать юридическую поддержку и защиту людям и организациям в Казахстане, используя обширный профессиональный опыт наших сотрудников.

Стратегическое видение:

Через 4 года(в 2023 г.) мы являемся одной из 10 юридических компаний в столице – лидеров по консультированию и правовой поддержке бизнеса и государства.

Стратегическая цель:

К 2023 году ТОО «FD Consulting Group» входит в десятку крупнейших казахстанских компаний г. Нур-Султан по объему оказываемых юридических услуг, и ее доходы составляют свыше 400 000 000 тенге или более 1 млн.\$.

2. Анализ и оценка ситуации

Непосредственно SWOT анализу предшествует большая и скрупулезная работа по анализу и изучению ситуации вокруг предприятия: дальнего и ближнего окружения, а также анализ внутренней среды компании.

SWOT анализ «собирает сливки» после подробного и тщательного изучения внешних и внутренних факторов, их систематизации, предварительного анализа (PEST – анализ, конкурентный анализ, SWN – анализ и др.).

2.1. Анализ внешней среды.

2.1.1. PEST – анализ особых препятствий для роста и развития юридического бизнеса не выявил.

Политические факторы для компании стабильны. В стране соблюдается принципы демократии (по крайней мере, так наше себя государство позиционирует).

Правовые факторы, регулирующие консалтинговый бизнес, в целом, также стабильны. В текущем году вступил в действие закон, предписывающий всем

юристам, не являющимся адвокатами, объединиться в Палаты юридических консультантов. Вместе с тем, это требование не обременительное и недорогое. Главное условие для членов Палат- соблюдать законность в своей деятельности.

Экономические факторы, а именно глубокий экономический кризис за последние 5 лет, девальвация тенге 2015 года, продолжающееся обесценивание отечественной валюты привело к тому, что население беднеет.

Это существенно уменьшает шансы консалтинговых компаний на хорошо оплачиваемые или хотя бы постоянные контракты с отечественными компаниями.

Вместе с тем иностранные компании готовы платить за хорошую работу юристов, поскольку тарифы наших специалистов в любом случае меньше аналогичных за рубежом.

Социальный и культурный факторы. В этой категории факторов можно отметить то, что наши соотечественники, как физические, так и юридические лица, еще не считают услуги юристов заслуживающими хорошей оплаты.

Однако, следует проводить разъяснительную работу среди своих клиентов и окружения, поскольку экономия на хорошем юристе может дорого обойтись.

Технологический фактор в таком виде бизнеса призван обеспечить вспомогательные функции (программы проверки контрагентов, взаимосвязь компаний через учредителей и сотрудников и т.д.). Подобные программы в компании используются. В целом, технологический фактор пока еще не играет решающей роли в юридическом бизнесе, за исключением, возможно, крупных компаний, где специальные программы (юридические боты) готовят простые исковые заявления или претензии.

В целом, **внешнюю среду компании** можно охарактеризовать как простую стабильную, поскольку быстро меняющихся факторов, резко и значительно влияющих на организацию, кроме общих (спад или подъем экономики, обесценивание или укрепление национальной валюты,) пока не наблюдается.

2.1.2. Анализ отраслевого рынка свидетельствует о следующем.

Исследования рынка юридических услуг и его участников в Казахстане не проводились. В этой связи в ходе выполнения задания были по возможности систематизированы имеющиеся сведения.

По мнению представительств иностранных юридических компаний, «в 2013 году рынок юридических услуг составил **\$151-251 млн**, а по итогам 2014 года он вырос **до \$228,2-380,3 млн**. По мнению же местных авторитетных юристов ежегодный оборот юркомпаний колеблется в пределах **\$300-600 млн**.»

Следует полагать, что после девальвации 2015 года этот оборот «похудел».

Согласно данным Комитета по статистике Казахстана (имеются данные только за 2017 -2018 годы), в 2017 году таких услуг было оказано на 35 992 854 000 тенге или 112,5 млн \$.

В 2018 году было оказано юридических услуг на сумму 44 326 133 100 тенге или на 130 млн. \$.[\[2\]](#)

За год оборот вырос на 15 %.

В стране зарегистрировано 2 573 юридических компании[\[3\]](#), из которых в г. Нур-Султан - 737.

К сожалению, имеющиеся государственные и негосударственные[\[4\]](#) базы данных не позволяют получить какие-либо цифры относительно распределения объемов рынка.

Вместе с тем, исходя из других схожих секторов экономики (финансовые услуги), доли рынка распределены в следующих пропорциях (по самым грубым подсчетам): 40 % г. Алматы (бывшая столица Казахстана, крупнейший город в стране), 30 % г. Нур-Султан, 30 % остальные регионы.

Таким образом, в 2018 году объем рынка г. Нур-Султан можно примерно оценивать как 13 297 839 930 тенге или \$ 39 млн[\[5\]](#).

В целом, отрасль следует охарактеризовать, как молодую и растущую.

Степень дифференциации услуг среди юридических компаний – слабая. В Казахстане распространены юристы – универсалы.

Возможность экономии на масштабе – значительная. Компании, находящиеся в разных регионах страны, могут с легкостью завоевать новых клиентов, обходясь

минимумом затрат: находясь в одном офисе, имея небольшой набор оргтехники и выход в Интернет (если не считать затрат на маркетинг).

Эффект обучаемости в данной сфере высокий. Здесь важно не только образование, но и опыт работы. К примеру, «FD Consulting Group» «ставит» именно на уникальность нашего опыта, т.к. в одной компании собрались люди, проработавшие не один десяток лет в одном из самых престижных и авторитетных государственных органов, правомочном осуществлять надзор за деятельностью любого субъекта, вступившего в какие-либо правоотношения на территории нашей страны.

Степень загрузки юристов в стране невелика[6]. Такой вывод сделан на основании анализа ряда обстоятельств.

С 2015-2016 г.г. емкость рынка существенно снизилась в связи с глубоким и затяжным экономическим кризисом. И хотя объемы с каждым годом понемногу растут, обороты докризисного периода (на настоящий момент вдвое ниже, чем в 2014 году) оставляют хороший запас «прочности» для наращивания усилий минимум на 50 %.

Кроме того, количество юридических компаний в стране увеличивается (на 43 % за три последних года), причиной чему служит ранний выход на пенсию сотрудников правоохранительной службы и большое количество выпускников юридических факультетов.

Входные барьеры в отрасль низкие. Достаточно зарегистрировать свой бизнес (это можно сделать через Интернет, не выходя из дома), иметь диплом юриста и вступить в Палату юридических консультантов (их сейчас много, членские взносы – около 100 \$ в год).

Выходных барьеров нет. Нужно всего лишь не иметь задолженности перед государством (налоги) или клиентами. Причем если последние не примут мер по взысканию задолженности в течение 3-х лет, сроки давности ее взыскания истекнут.

Прибыльность отрасли – высокая. Основные вложения – это аренда офиса и оргтехники, зарплата помощника или секретаря. Как правило, гонорары опытных профессионалов высоки и оправдывают вложения в несколько раз[7].

Движущими силами конкуренции в юридическом бизнесе являются высокая прибыль при малых вложениях, низкие барьеры, «стирание» физических границ

между фирмами и ее клиентами благодаря сети Интернет, сравнительно простая и стабильная внешняя среда[8] .

Ключевые факторы успеха в таком виде бизнеса немногочисленны.

В 1-ю очередь - это хорошо образованные, опытные, компетентные, работоспособные кадры.

Во 2-ю очередь - связи.

Связи с должностными лицами дают определенное стратегическое преимущество: ускоренное разрешение вопросов в интересах клиентов в государственных органах; получение информации, недоступной для частных компаний; получение разъяснений и рекомендаций о порядке действий в сложных ситуациях, где затрагиваются интересы многих лиц; заключение контрактов с фирмами по рекомендациям, полученным от должностных лиц; благосклонность при рассмотрении заявок на тендерах.

Контакты с представителями бизнеса дают возможность получить контракты как от них самих, так и их знакомых; расширить полезные связи в деловом мире; получить советы и рекомендации о том, как лучше организовать бизнес и наладить бизнес-процессы; получить крупный заем в случае острой необходимости и прочее.

Общая привлекательность юридического консалтинга как отрасли с учетом всего изложенного (стадия роста, высокая прибыль, относительная внешняя стабильность), - выше среднего. Вместе с тем ее нельзя назвать однозначно высокой из-за значительного конкурентного давления.

2.2. Конкурентный анализ

Конкуренция между компаниями - высокая. Подробное изучение каждой из 600 компаний показало, что реально и активно – работающих юридических фирм, которые могут составить нам конкуренцию – 219.

Все компании были разбиты на несколько групп с учетом их оборотов (исходя из представления ими налоговой отчетности).

В первую группу вошли 5 компаний, выплачивающих налоги свыше 100 млн. тенге или 280 тыс. \$ (обороты составляют примерно от 1,5 млн. \$ и выше)

Во вторую группу вошли 9 компаний, выплачивающих налоги от 30 до 100 млн. тенге или от 83,5 тыс. до 280 тыс.\$ (обороты составляют примерно от 400 тыс. до 1 млн. \$).

В третью группу вошли 14 компаний, выплачивающих налоги от 10 до 30 млн.тенге или от 28 тыс. до 83,5 тыс.\$ (обороты примерно от 90 тыс. до 400 тыс. \$).

Далее следуют еще 4 группы с более низкими оборотами.

Наша группа компаний состоит в третьей группе. Т.е. по сути - недалеко от желаемой целевой группы.

2.3. Анализ внутренней среды предприятия.

2.3.1.Функциональный анализ деятельности ТОО «First Department Consulting Group» показывает, что у компании есть реальный шанс и большой потенциал для достижения стратегической цели.

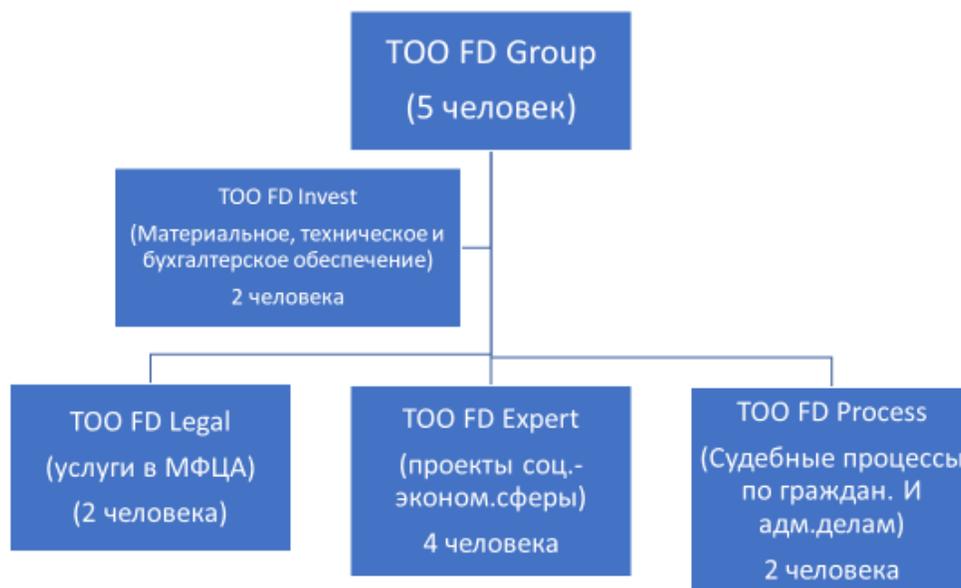
Костяк фирмы, 7 из 10 сотрудников, большую часть времени проработали в службе, осуществляющей надзор за законодательством в социально-экономической сфере (это надзор за всем законодательством, кроме уголовных дел, судебных актов, исполнения приговоров и решений судов, а также законности исполнения международных договоров). Еще 1 сотрудник возглавлял отдел по участию в процессах по гражданским делам Верховного суда РК.

Таким образом, все сотрудники – это команда из 11 профессионалов, совокупный юридический стаж которых 162 года, а опыт и знания – уникальны.

Генеральный директор компании обладает 24-хлетним опытом работы в правовой сфере, работал заместителем прокурора одной из областей, начальником Департамента кадров Генпрокуратуры.

Размер и структура компании.

Общая численность компании вместе с обеспечивающим персоналом– 14 человек.



Фактически группа компаний представляет собой единый организм со структурными подразделениями в лице дочерних предприятий. Таким образом, здесь сочетается централизованная власть с либеральными методами управления и дозированной самостоятельностью.

Такая структура позволяет контролировать деятельность компаний: количество заказов, нагрузку, расходы.

Заместитель руководителя головной компании является директором дочерней компании –ТОО «FD Legal», которая предоставляет услуги инвесторам в Международном финансовом центре Астана (создан по подобию аналогичного центра в Дубаи).

ТОО «FD Expert» специализируется на вопросах законодательства, регулирующего правовые отношения в социально-экономической сфере.

ТОО «FD Process» предоставляет услуги по досудебному и судебному сопровождению споров.

Головная компания – ТОО «FD Group»: предоставляет услуги по юридическому сопровождению практически во всех отраслях законодательства социально-экономической сферы, консультирует иностранных юристов по вопросам

корпоративной разведки (форензик[9]), управления рисками (комплаенс), обеспечивает общее управление всеми фирмами.

Рынки и сбыт.

Существующих потребителей юридических услуг можно поделить на 4 группы:

1. Государственные заказы, в т.ч. квазигосударственный сектор
2. Частные казахстанские компании
3. Иностранные компании
4. Физические лица.

Самые крупные заказчики – это 1-я, 2-я и 3-я группы. Именно за них конкурируют компании с амбициями, опытом работы и желающие получать высокие доходы.

4-я группа больше обращается в небольшие адвокатские конторы либо консультации (т.е. к узким специалистам)

Новым клиентом для компании станет государство в лице национальных компаний. В этих целях фирма в середине октября 2019 г. подала заявку на предварительный квалификационный отбор поставщиков АО «Фонд национального благосостояния «Самрук Казына» (Национальный управляющий холдинг).

Вхождение в Перечень добросовестных поставщиков холдинга даст возможность участвовать в тендерах дочерних компаний Фонда на сумму до 630 млн.тенге или 1,6 млн. \$. Это также позволит значительно увеличить количество клиентов во всех сферах, т.к. тот факт, что мы состоим в Перечне, говорит о надежности компании и ее высоких стандартах.

Частные казахстанские компании – уже существующий для нашей компании рынок, который следует расширять.

Иностранные партнеры, работающие в Казахстане, сотрудничают с нашей компанией на протяжении более полутора лет. Первый контракт, ставший стратегическим, был заключен через месяц после создания компании.

Этот список расширяется за счет членства в МФЦА, а также личных контактов сотрудников фирмы. Эти связи уже принесли фирме 4 хороших контракта.

В целом же, иностранцы предпочитают компании с именем и опытом. Одну из важнейших ролей здесь играет *наличие специалистов, знающих международное*

право и свободно говорящих на английском и других языках. В этой связи, необходимо предпринять комплекс действий по расширению присутствия компании в данном секторе, учитывающих в т.ч. наем таких сотрудников на приемлемых условиях.

На сегодня компания предлагает 60 % от всех видов юридических услуг. Остальные 40 % либо экономически малоэффективны, либо требуют глубокой специализации (ценные бумаги, авторское право и др.), либо - лицензий (услуги адвоката по уголовным делам. Адвокаты не вправе работать в составе ТОО. У нашей компании есть свой адвокат, работающий в аутсорсинге[\[10\]](#), «закрывающий» эту брешь в работе фирмы).

Вместе с тем, необходимо рассмотреть вопрос о выходе на новые рынки (другие регионы Казахстана, в дальнейшем – стран СНГ), а также создании новых видов услуг.

Конкурентные преимущества.

Конкурентные преимущества нашей компании:

1. **Кадры.** По настоящему большой, разносторонний и глубокий опыт юридической работы 90 % сотрудников, руководящий опыт (это дает преимущества в организации работы, комплексном подходе к разрешению проблем, умению оценивать и анализировать ситуацию, выстраивать отношения в фирме).
2. **Связи**, сохранившиеся со времен службы в правоохранительной системе, практически во всех ветвях власти на разных уровнях.

Оба фактора являются ключевыми факторами успеха в этой отрасли деятельности.

2.3.2.SNW-анализ.

Наименование **Качественная оценка позиции**
стратегической

позиции анализа *сильная S нейтральная N слабая W*

1.Наличие профессиональных кадров	V	
2.Наличие специалистов по международному праву со знанием иностранного языка		V
3.Наличие связей	V	
4.Маркетинг		V
5.Качество услуг	V	
6.Потенциал снижения издержек		V
7.Доступность новых ресурсов		V
8.Внутренняя способность обслуживать иные рынки		V
9.Способность осуществлять новые виды услуг		V

В сравнении с конкурентами наш потенциал выглядит сильным в части наличия профессиональных кадров, качества услуг, наличия связей для ускоренного решения проблем клиентов.

Нейтральные стороны:

- маркетинг. Нельзя назвать сильным, поскольку большая часть заказов пока получена благодаря личным связям. Вместе с тем, кроме заказа буклетов в рекламном агентстве и начала разработки сайта серьезных усилий по серьезному «представлению» на рынке компании еще не предпринималось (в силу молодости компании и необходимости «освоиться» на новом месте, а также задействования имеющихся связей).

- потенциал снижения издержек: снижение зарплат сотрудников оттолкнет хорошие кадры. Вместе с тем, возможно выплачивать меньшие премии и бонусы.

- способность обслуживать новые рынки: в нашу пользу играет опыт работы и знания. Однако, новые рынки для нас – это старые рынки для тех, кто уже давно там работает, и не намерен отдавать свою долю новым конкурентам. В этих целях возможен найм специалистов или маркетинговых агентств, которые помогут разработать соответствующую маркетинговую стратегию. Кроме того, потребуется усиление компании новыми кадрами и открытие филиалов и представительств.
- доступность новых ресурсов: это наем специалистов по международному праву. Такие сотрудники требуют неоправданно высоких гонораров (иностранцы оценивают час работы хорошего юриста в нашей стране в 200 -250 \$. Знатоки международного права запрашивают 500 \$ в час). В этой связи найти специалистов по «сходной цене» - дело непростое, но решаемое.
- внутренняя способность обслуживать иные рынки: имеющиеся ресурсы позволяют увеличить нагрузку в два раза. Чтобы достичь стратегической цели, нагрузку нужно усилить минимум в три раза. В этой связи нужно подбирать кадры, как для дочерних компаний, так и будущих филиалов и представительств.

Слабые стороны:

- отсутствие специалистов – международных. В перспективе это сторона будет преобразована в сильную.
- способность осуществлять новые виды услуг: рассматривается возможность осуществления компанией аудиторских проверок. Юридические проверки (Дью Дилидженс) вкпе с аудиторскими помогут клиентам компании иметь полное представление о предприятии, в которое, к примеру, они собираются вкладывать инвестиции. Однако, этот вопрос требует тщательного изучения.

Кроме того, необходимо изучить возможность предоставления новых видов юридических услуг.

SWOT-анализ

SWOT-анализ (SWOT — аббревиатура от английских слов *Strengths* — «сильные стороны», *Weaknesses* — «слабые стороны», *Opportunities* — «возможности», *Threats* — «угрозы») - один из самых эффективных инструментов в стратегическом менеджменте и маркетинге. Его сущность заключается в анализе внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности товара в

отрасли. [1,2]

Целью проведения является исследование фактического положения и стратегических перспектив фирмы на основе изучения ее сильных и слабых сторон, рыночных возможностей и факторов риска. [2,стр.71]

Элементы SWOT анализа:

S= Strengths

«Сильные стороны товара или услуги. Такие внутренние характеристики компании, которые обеспечивают конкурентное преимущество на рынке или более выгодное положение в сравнении с конкурентами, другими словами - те области, в которых товар компании чувствует себя лучше и стабильнее конкурентов.

Значение сильных сторон для компании в стратегическом планировании: за счет сильных сторон компания может увеличивать уровень продаж, прибыли и долю на рынке, сильные стороны обеспечивают выигрышное положение товара или услуги в сравнении с конкурентами. Сильные стороны необходимо постоянно укреплять, улучшать, использовать в общении с потребителем рынка.

W=Weaknesses

Слабые стороны или недостатки товара или услуги. Такие внутренние характеристики компании, которые затрудняют рост бизнеса, мешают товару лидировать на рынке, являются неконкурентоспособными на рынке.

Значение слабых сторон для компании в стратегическом планировании: слабые стороны компании мешают росту продаж и прибыли, тянут компанию назад. За счет слабых сторон компания может потерять долю рынка в долгосрочной перспективе и утратить конкурентоспособность. Необходимо отслеживать области, в которых компания недостаточно сильна, улучшать их, разрабатывать специальные программы для минимизации рисков влияния слабых сторон на эффективность компании.

O=Opportunities

Возможности компании — благоприятные факторы внешней среды, которые могут влиять на рост бизнеса в будущем. Значение возможностей рынка для компании в стратегическом планировании: возможности рынка олицетворяют источники роста бизнеса. Возможности необходимо анализировать, оценивать и разрабатывать

план мероприятий по их использованию с привлечением сильных сторон компании.

T=Threats

Угрозы компании — негативные факторы внешней среды, которые могут ослабить конкурентоспособность компании на рынке в будущем и привести к снижению продаж и потери доли рынка. Значение рыночных угроз для компании в стратегическом планировании: угрозы означают возможные риски компании в будущем. Каждая угроза должна быть оценена с точки зрения вероятности возникновения в краткосрочном периоде, с точки зрения возможных потерь для компании. Против каждой угрозы должны быть предложены решения для их минимизации.» [1]

Сопоставление всех вышеуказанных факторов непосредственно в отношении группы компаний «FD Consulting Group» показало следующее.

Ранг важности	Потенциальные сильные стороны компании	Ранг важности	Потенциальные слабые стороны компании
1.	Профессиональный уровень сотрудников	1.	Отсутствие специалистов международных
2.	Качество услуг	2.	Предоставление новых видов услуг
3.	Связи сотрудников		
4.	Предоставление редкого вида услуг (Форензик -корпоративная разведка)		
5.	Снижение издержек (за счет снижения премий и бонусов)		

Ранг важности	Потенциальные внешние возможности компании	Ранг важности	Потенциальные внешние угрозы компании
1.	Рост рынка юридических услуг за счет иностранных инвесторов и развития предпринимательства	1.	Снижение платежеспособности клиентов в связи с затянувшимся эконом.кризисом
2.	Снижение административных барьеров для бизнеса [11]	2.	Увеличение числа сильных конкурентов

Матрица SWOT-анализа

	Потенциальные внешние возможности	Потенциальные внешние угрозы
Сильные стороны:	1.Рост рынка юридических услуг за счет иностранных инвесторов и развития предпринимательства 2.Снижение административных барьеров для бизнеса	1.Снижение платежеспособности клиентов в связи с затянувшимся эконом.кризисом 2.Увеличение числа сильных конкурентов

1.Профессиональный
уровень

сотрудников

2.Качество услуг

3.Связи сотрудников

4.Предоставление
редкого вида услуг

(Форензик -
корпоративная
разведка)

5.Снижение издержек
(за счет снижения
премий и бонусов)

SO 1,2,3,4,5 +1: дает
возможность серьезно
усилить позиции компании
на рынке, привлечь новых
клиентов и увеличить
доходы.

1,2,3,4,5+2: дает
возможность создавать
новые компании и развивать
новые направления.

ST 1,2,3,4,5 - 1: снизит
доходы компании, вынудит
«свернуть» часть бизнеса.

1,2,3,4,5 - 2: вынудит
снижать цены на услуги.

Слабые стороны

	WO 1 +1: наем юристов со знанием иностр.языков, и также знающих международное право.	WT 1,2 + 1: - отсутствие необходимости нанимать специалистов, разрабатывать новый вид услуг.
1.Отсутствие специалистов международных	2 + 1: Изучение потребностей иностранных инвесторов, овладение новыми навыками и симбиоз с имеющимися для	1+2: заставит принимать меры по поиску и найму нужных специалистов, либо предлагать услуги, не касающиеся
2.Предоставление новых видов услуг	предоставления новых видов услуг	международного права и снижать гонорары.
	1,2 + 2: заставляет принимать меры по поиску и найму нужных специалистов, расширять деятельность компании.	2 + 2: вынудит изучать потребности клиентов, овладевать новыми навыками, а также развивать новые направления деятельности.

Выводы и рекомендации

Анализ и сопоставление результатов SWOT анализа позволяет сделать следующие рекомендации.

Группа компаний TOO «FD Consulting Group» за короткое время (неполных два года) завоевала хорошие позиции как юридическая компания в г. Нур-Султан. В частности, вошла в первую двадцатку компаний по объемам оказываемых юридических услуг. В этом ей помогли связи и высокопрофессиональная команда.

Вместе с тем, большая часть оборотов возникла за счет одного стратегического партнера. Завершение контракта с ним «отбросит» компанию назад.

В этой связи необходимо следующее:

1. Наем специалиста (ов) со знанием международного права и иностранных языков с учетом их ценности для выполнения контрактов (соотношение: цена контракта и гонорар специалистов).

2. Маркетинговая стратегия.

2.1. Изучить вопросы:

- по разработке Программы лояльности: системе скидок для старых, крупных или новых клиентов; а также по выплате агентских для людей, привлечших клиентов в компанию;

- продвижения компании через сеть Интернет, а также проведения различных PR - мероприятий (пригласить специалистов маркетинговых агентств).

2.2. Подготовить планы встреч:

- с бывшими клиентами и действующими партнерами, предложив им различные виды услуг с учетом скидок;

- с членами МФЦА для презентации нашей компании (на постоянной основе);

- с клиентами своих партнеров (с учетом выплаты агентских в случае заключения контрактов) для презентации компании;

- с представителями бизнеса Южной Кореи (в рамках контракта по сопровождению деятельности Посольства этого государства в Казахстане) для презентации компании.

3. После завершения процедуры Предварительного квалификационного отбора ежегодно принимать участие в конкурсах национальных компаний по оказанию юридических услуг. К 2023 году довести общую сумму контрактов с квазигосударственным сектором до 150 млн. тенге (350 тыс. \$).

4. Изучить вопрос предоставления новых видов услуг в юридической сфере, а также целесообразности предоставления услуг аудиторов.

5. Приступить к работе по созданию филиалов в гг. Алматы, Шымкент, Павлодар, а также представительств в гг. Актау, Караганда, Костанай.

6. Начать формирование кадрового резерва для компании с учетом уровня знаний, опыта и профессиональных компетенций кандидатов.

Данные выводы и рекомендации следует вынести на обсуждение всех сотрудников компании, обсудить возможность их изменения или дополнения.

5.Список использованных источников информации

1.<http://powerbranding.ru/BIZNES-ANALIZ/swot/>

2. Петухов Д.В. Стратегический менеджмент. Часть 1. Стр. 71

1. Пока в рамках выполнения контрольных заданий по Стратегическому менеджменту и Маркетингу. [↑](#)
2. Фактически суммы приведены приблизительные, поскольку здесь не учитываются фирмы, оказывающие как юридические, так и бухгалтерские услуги. Кроме того, некоторые компании оказывают юридические услуги в качестве дополнительных. Они тоже не учтены. [↑](#)
3. Здесь подразумеваются частные коммерческие и некоммерческие компании. Невозможно вычлнить из них недействующие, т.н. «спящие» компании, если только не изучать каждую. Не учитывались также нотариальные конторы. [↑](#)
4. При написании КЗ был использован платный ресурс Kazdata, который содержит лишь общие данные о юридических фирмах. Учет объемов юридических услуг в разбивке по городам никто не ведет. [↑](#)
5. С учетом средневзвешенного курса тенге к доллару в 2018 году. [↑](#)
6. За исключением, может быть, самых известных профессионалов своего дела. И то не всегда. К примеру, вместе с нами в сравнительно небольшом тендере (на 60 тыс. \$) одного из нацхолдингов на оказание юруслуг принимала участие одна из самых крупных, старых и авторитетных фирм в стране. Значит, портфель ее заказов неполон. [↑](#)

7. Прибыльность юридического бизнеса у нас в стране никто не считает. Вместе с тем, в одном из интернет – источников опубликованы сведения о том, что финансовый консалтинг приносит прибыль до 80 %. Данный вид бизнеса также не требует особых капитальных вложений, поэтому между этими двумя видами услуг допустимо провести параллель. [↑](#)
8. Все изменения во внешней среде чаще всего предсказуемы и имеют определенный запас времени. К примеру, те же изменения в законодательстве должны пройти процедуры обсуждения и принятия Парламентом. Новые отрасли права или новые виды услуг создаются небыстро. [↑](#)
9. Те самые компании, которые привлечены Минюстом для защиты интересов Казахстана в международных арбитражах [↑](#)
10. Очень опытный, бывший спецпрокурор по расследованию уголовных дел. [↑](#)
11. Мораторий на проверки малого и среднего бизнеса на 2020-2022 гг., снижение некоторых видов налогов. [↑](#)