

شاخص مشاوره ملی:

گزارش جهانی شورای بین المللی

مؤسسات مشاوره مدیریت

پیش گفتار

دوایت میهالیچ^۱، رئیس شورای مؤسسات مشاور مدیریت

حرفه مشاوره مدیریت بر افزودن ارزش به سازمان‌هایی متمرکز است که به ما مراجعه می‌کنند. مشاوره در زمینه‌ای که باشد، هدف این است که به مشتریان کمک شود تا اطمینان حاصل کنند که سازمان آن‌ها می‌تواند به موفقیت‌های بیشتری دست پیدا کند. این امر اثرات اجتماعی و اقتصادی مثبتی دارد که به رشد پایدار کمک می‌کند. این امر در سطح خرد اتفاق می‌افتد و به ایجاد سازمان‌هایی کارآمدتری منجر می‌شود که سود بیشتری تولید می‌کنند و می‌توانند از این سود برای سرمایه‌گذاری مجدد استفاده کنند. ترکیب این تاثیرات خرد می‌تواند به رشد اقتصادی کشور کمک کند.

از سوی دیگر، موفقیت صنعت مشاوره مدیریت در یک کشور به عوامل متعددی در آن کشور وابسته است. این عوامل را می‌توان به عنوان میزان آمادگی یک کشور برای حرفه مشاوره مدیریت در نظر گرفت. این رابطه به تازگی کشف شده است. به عنوان یک سازمان جهانی که مسئولیت پیشرفت حرفه مشاوره مدیریت در سطح جهانی را بر عهده دارد، در اختیار داشتن این اطلاعات، بسیار مهم است. ما از کارگروه متعهد خود، که این زمینه تحقیقاتی را دنبال کردند، سپاسگزاریم. اعضای این کارگروه در ادامه این گزارش مورد تقدیر و تشکر قرار خواهند گرفت.

به خاطر تلاش آن‌ها، ما می‌توانیم با افتخار، انتشار اولین نسخه از گزارش جهانی شاخص مشاوره ملی (NCI)^۲ را اعلام کنیم. این یک گزارش شگفت‌انگیز است که پنج عامل کلیدی در سطح ملی را شناسایی کرده و میزان آمادگی یک اقتصاد برای ظهور مشاوره مدیریتی به عنوان یک حرفه را نشان می‌دهد. این شاخص همچنین به این حرفه و به دولت‌ها نشان می‌دهد که می‌توانند انرژی خود را روی تقویت و رشد این حرفه در کشورشان متمرکز کنند. از همه افرادی که در تهیه این منبع عالی مشارکت داشته‌اند، تشکر می‌کنم. این گزارش حقیقتاً منبعی است که به ما در چشم‌انداز خودمان برای تبدیل شدن به یک سازمان پیشرو در توسعه مشاوره مدیریت به عنوان حرفه‌ای که به موفقیت اجتماعی و اقتصادی منجر می‌شود، کمک می‌کند.

1. Dwight Mihalicz

2. National Consulting Index



مقدمه و پیش‌زمینه

مشاوران مدیریت از تخصص خود برای حمایت از مشتریان در هر بخش به صورت محلی، منطقه‌ای و جهانی برای رسیدگی به مسائل مهمی چون، مدیریت پیچیدگی، دستیابی به رشد پایدار سازمانی، نوآوری، دستیابی به تغییر و افزایش بهره‌وری استفاده می‌کنند. صنعت مشاوره مدیریت، سهم عمده‌ای در اقتصاد جهانی دارد.^۱

خدمات مشاوره مدیریت به شرایطی نیاز دارد که به ارائه حرفه‌ای خدمات کمک می‌کنند. این شرایط از کشوری به کشور دیگر متفاوت هستند. شورای بین‌المللی موسسات مشاوره مدیریت (ICMCI)^۲، به عنوان نهادی پیشرو در زمینه مشاوره مدیریت در سطح جهان، مجموعه‌ای از پارامترها را تعریف کرده که محیط مناسب برای صنعت مشاوره مدیریتی را توصیف می‌کنند. ICMCI این پارامترها را در شاخص مشاوره ملی (NCI) منتشر می‌کند.

شاخص مشاوره ملی ICMCI، همچنین روشی برای تخمین اندازه‌ی (ارزش دلاری) بخش مشاوره مدیریت (MC)^۳ در هر کشور فراهم می‌کند. شاخص مشاوره ملی، براساس یک جریان کار تحقیقاتی ICMCI، یعنی پروژه شاخص آمادگی مشاوره، که در سال ۲۰۱۸ شروع شد، بنیان نهاده شد. ارزش صنعت مشاوره در سطح جهان، ۱۳۰ میلیارد دلار برآورد شده‌است (consultancy.org، ۲۰۱۸). به طور کلی پذیرفته شده است که اقتصادهای بزرگ‌تر جهان، بخش‌های مشاوره مدیریت ملی بزرگ‌تری نیز دارند. فدراسیون مشاوره‌های مدیریتی اروپا برآورد کرده است که سه کشور (فرانسه، آلمان و بریتانیا) تقریباً سه چهارم درآمد مشاوره را تولید می‌کنند. با این وجود، واریانس قابل توجهی از نظر اهمیت مشاوره مدیریت به عنوان یک فعالیت وجود دارد. داده‌های گزارش شده توسط consulting.org، براساس اطلاعات بانک جهانی، تفاوت هفت برابری در اهمیت مشاوره مدیریت به عنوان بخشی از تولید ناخالص ملی در نمونه‌ای از کشورها را نشان می‌دهد (Consulting.org، ۲۰۱۸).

مفهوم و روش شناسی

تلاش برای شناخت عوامل یا شاخص‌های احتمالی مرتبط با توسعه / قدرت بخش مشاوره مدیریت کشور مطالعات کتابخانه‌ای و تعامل با اعضای انجمن دانشگاهی ICMCI را شامل می‌شد. اعضای انجمن دانشگاهی، پژوهشگران برجسته و رهبران

فکری علاقه‌مند به بخش مشاوره مدیریت، در سراسر جهان هستند. اغلب آن‌ها دارای کرسی استادی دانشگاه بوده و اغلب آن‌ها آثار متعددی در این زمینه منتشر کرده‌اند. ICMCI

"برای شناخت عوامل یا شاخص‌های احتمالی مرتبط با میزان توسعه‌یافتگی / قدرت بخش مشاوره مدیریت کشور، مطالعات کتابخانه‌ای و تعامل با اعضای انجمن دانشگاهی ICMCI را شامل می‌شد."

دارای انجمنی با حدود شصت و پنج عضو دانشگاهی است. نظراتی از طرف هیات‌مدیره ICMCI، که حامیان تهیه این گزارش هستند نیز ارائه شد - اعضای هیات‌مدیره ICMCI معمولاً نقش برجسته‌ای در مشاوره و پیش‌مربوط به مشاوره مدیریت در سطح جهانی دارند.

هدف از پروژه شاخص مشاوره ملی، شناسایی عواملی بود که به نظر می‌رسید اختلاف و تناقض در قدرت بخش‌های مشاوره مدیریت ملی را توجیه می‌کنند. سپس، با ایجاد شاخص مشاوره ملی برای هر کشور، ارزش بازار مشاوره مدیریت هر کشور، برآورد شد.

در مرحله اول، میزان اختلاف قدرت مشاوره مدیریت بین کشورها مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور، داده‌های چهارده کشور که اندازه بخش مشاوره مدیریت آن‌ها مشخص بود، انتخاب شد. این کشورها به ترتیب حروف الفبا، استرالیا؛ برزیل؛ کانادا؛ چین؛ فرانسه؛ آلمان؛ ایتالیا؛ هلند؛ ژاپن؛ روسیه؛ اسپانیا؛ سوئیس؛ بریتانیا و ایالات متحده بودند.

تعیین اندازه بازارهای ملی می‌تواند دشوار و بحث‌برانگیز باشد. دو مشکل وجود داشت که پروژه به دنبال اجتناب از آن‌ها بود تا بتواند به ارائه شواهدی برای تایید این اثر کمک کند. این موارد، مشکلات تفسیر و سازگاری بودند. "مشاور مدیریت"، زیرمجموعه‌ای از بازار گسترده‌تر مشاوره است و این مساله که این اصطلاح چگونه تفسیر شود، ممکن است از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد. این مساله که اندازه یک بازار چگونه محاسبه می‌شود نیز ممکن است از کشوری به کشور دیگر متفاوت باشد. وجود این دو مساله باعث شد که تیم تهیه گزارش شاخص مشاوره ملی، تنها از داده‌های اندازه بازار یک منبع استفاده کند. به این ترتیب (با فرض سازگاری روش‌شناختی و تفسیری آن منبع)، تیم

۱. به ISO ۲۰۷۰۰: ۲۰۱۷، خدمات مشاوره مدیریت - قسمت مقدمه، مراجعه کنید

2. International Council of Management Consulting Institutes

3. Management Consulting

داشت که باید از داده‌های ثانویه در شاخص مشاوره ملی استفاده کنیم، چرا که انجام پژوهش دست اول دقیق در بیش از ۱۹۰ کشور، هم پرهزینه و هم زمان‌بر خواهد بود. ما همچنین شک داشتیم که هیچ عامل اضافی دیگری روی اختلاف و تناقض در قدرت بخش‌های مشاوره مدیریت ملی تاثیر نداشته باشند و بنابراین، شاخص مشاوره ملی، یک شاخص چندعاملی خواهد بود.

ما اصول زیر را در ایجاد شاخص مشاوره ملی دنبال کردیم:

الف) تنها با عواملی که در سطح جهانی قابل اطمینان بودند، کار شد، یعنی داده‌های این عوامل بر پایه مفروضات یکسانی قرار داشت و این مساله به تسهیل مقایسه مناسب بین کشورهای مختلف در هر نقطه از جهان کمک کرد؛

ب) تنها با عواملی که در این زمینه معتبر بودند، کار شد، یعنی، ترکیب عوامل یک همبستگی قوی را نشان می‌دهد.

ج) همبستگی با علیت اشتباه گرفته نشد، نقش شاخص مشاوره ملی، فراهم کردن ابزاری برای برآورد اندازه بخش مشاوره مدیریتی هر کشور است؛ و

د) اعمال احتیاط در ایجاد شاخص مشاوره ملی، با این نقطه شروع که هر عامل از وزن مساوی برخوردار است و هر عامل باید با عوامل دیگر متفاوت باشد (تشخیص اینکه برخی عوامل ممکن است خودشان شاخص‌های چند عاملی باشند و خطر شمارش مضاعف یک عامل وجود دارد). با استفاده از تحقیقات قبلی در زمینه اختلاف و تناقض در بازارهای مشاوره مدیریت ملی و استفاده از نظرات شبکه جهانی اعضای دانشگاهی ICMCI، فهرستی از سی و هفت عامل احتمالی تهیه شد. هر یک از این عوامل از دو دیدگاه مورد توجه قرار گرفتند: قابلیت اطمینان و اعتبار.

قابلیت اطمینان، که به دو دسته بله و خیر طبقه‌بندی می‌شود، بر این اساس قرار دارد که آیا اطلاعاتی که پیرامون آن عامل وجود دارد، جامع (جهانی) است و به طور مداوم، بدون توجه به موقعیت جغرافیایی، تولید می‌شود یا خیر. عواملی که قابل اطمینان نبودند از بررسی بیشتر حذف شدند. اعتبار یک عامل با محاسبه همبستگی آن با واریانس، از

پروژه قادر به پیشروی از طریق ارائه مقایسه‌های معنادار بود. با در نظر گرفته استفاده از داده‌های یک منبع به عنوان یک نیاز اصلی، کل داده‌های مربوط به اندازه بازار ملی برای شرکت‌های مشاوره مدیریت از "سورس گلوبال ریسرچ"^۱ گرفته شد. کسانی که با بخش مشاوره جهانی آشنا هستند، با سورس گلوبال ریسرچ به عنوان یک نهاد تجاری مستقل آشنایی دارند. این سازمان به تحقیق در این بخش می‌پردازد و به عنوان یک منبع اطلاعاتی / مشاوره‌ای برای بسیاری از بازیگران اصلی خدمات تخصصی جهانی عمل می‌کند. وجود یک مرجع واحد برای اندازه‌ی بازار مشاوره مدیریت، به منظور فراهم کردن امکان انجام مقایسه‌های معتبر کشور به کشور، ضروری بود. توضیحات سورس گلوبال ریسرچ در زمینه "مشاوره مدیریت"، خدمات مشاوره‌ای^۲ را شامل می‌شود، اما پیاده‌سازی خدمات (برای مثال، انجام پروژه‌های فناوری / تغییر) یا کارمزدهای اضافی که

مشاوران ممکن است از طریق کار مشاوره

دریافت کنند (برای مثال، کارمزدهای

بیمه ریسک) را شامل نمی‌شود. مطالعه

شاخص مشاوره ملی، به جای مقوله‌ی

گسترده‌تر "مشاوره"، بر این مفهوم از

مشاوره مدیریت متمرکز است.

همانطور که در بالا اشاره شد، یک

منبع واحد برای سنجش اندازه‌ی

بازارهای مشاوره مدیریت در همه کشورها

مورد استفاده قرار گرفت. این امر امکان (۱)

سازگاری تفسیر عبارت "مشاوره مدیریت"، (۲) ایجاد

یک فرآیند سازگار که از طریق آن داده‌های اندازه بازار جمع‌آوری شدند، و (۳) یک اساس مستحکم و مستقل برای داده‌ها را فراهم کرد. بدون وجود این سازگاری، اعتماد به مقایسه‌پذیری داده‌ها که برای ایجاد یک شاخص ضرورت دارد، دشوار خواهد بود.

هدف این بود که شاخص مشاوره ملی، کاربردپذیری جهانی داشته باشد. این بدان معناست که عوامل مرتبط با شاخص مشاوره ملی، عواملی هستند که دارای دامنه جهانی و سازگاری جهانی با خاستگاه خود هستند. این الزام، به حذف برخی عوامل بالقوه موثر در مرحله غربالگری منجر شد. اما این الزام بدان معنا بود که تحقیقات شاخص مشاوره ملی به هر نتیجه‌ای که برسد، می‌تواند با اطمینان در هر کشوری مورد استفاده قرار گیرد. این درک وجود

1. <https://www.sourceglobalresearch.com>

۲. خدمات مشاوره‌ای، مشاوره در زمینه‌های استراتژی، منابع انسانی، عملیات، ریسک، ارزیابی بایسته ادغام‌ها و اکتساب‌ها، و ارزیابی استراتژی، استراتژی فناوری / دیجیتال را ارائه می‌دهند.



دارند، هیچ تضمینی وجود ندارد که روش رسیدن به آن ارقام در سراسر گستره جغرافیایی سازگاری داشته باشد. به طور مشابه، وجود کمک خارجی در یک کشور ممکن است نشان‌دهنده تمایل کشورها به داشتن یک صنعت مشاوره مدیریت قدرتمند باشد، اما در حال حاضر هیچ منبع ارجاعی از وجود کمک‌های خارجی در یک کشور وجود ندارد. برخی عوامل، علی‌رغم سازگاری با این رویکرد، باید نادیده گرفته می‌شدند، چرا که پوشش آن‌ها کاملاً جهانی نبود. عوامل بالقوه‌ای مانند شاخص حقوق مالکیت بین‌المللی و شاخص نوآوری جهانی که اساساً قابل‌اطمینان هستند، در صورتی که کشورهای بیشتری را پوشش داده بودند، ممکن

نظر قدرت نسبی مشاوره مدیریت در یک کشور تعیین شد. تابع همبستگی نرم‌افزار میکروسافت اکسل^۱ برای نشان‌دادن مقدار r (مقدار r بین -1 تا $+1$) مورد استفاده قرار گرفت. همبستگی کامل با $+1$ و همبستگی کامل معکوس با -1 نشان داده می‌شود. نتایج بررسی قابلیت‌اطمینان و اعتبار عامل، ما را به این سمت هدایت کرد که برخی عواملی که در تحقیقات پیشین در زمینه قدرت نسبی مشاوره مدیریت، به آن‌ها اشاره شده بود را به دلیل عدم وجود داده‌های قابل‌اطمینان از تجزیه و تحلیل حذف کنیم. این بدان معنا نیست که عامل حذف شده به قدرت بازار مشاوره مدیریت ارتباطی ندارد، بلکه تنها



بود در شاخص مشاوره ملی نقش داشته باشند. به همین ترتیب، تمام عواملی که داده‌های قابل‌اعتماد برای آن‌ها وجود دارد، معتبر نبودند. نامناسب بودن برخی عوامل در هنگام محاسبه همبستگی آشکار شد و برخی دیگر از دانه‌بندی برای تعیین همبستگی برخوردار نبودند، برای مثال حضور شرکت‌ها در یک کشور (وجود دفتر شرکت‌هایی مانند اکسنچر)^۲ عاملی است که تنها داده‌های بله یا خیر ارائه می‌دهد - از این رو، تنها دارای نقاط داده 0% و 100% است، و فاقد دانه‌بندی برای هر همبستگی به سطح می‌باشد. در

نشان می‌دهد که یک منبع اطلاعاتی مستحکم به منظور انجام تحلیل برای آن عامل وجود ندارد. به عنوان مثال، تعداد فارغ‌التحصیلان مدیریت ارشد کسب‌وکار (MBA)^۳ در یک کشور می‌تواند به خوبی وجود یک مشاوره مدیریت قوی را نشان دهد، اما در حال حاضر داده‌های جهانی در این زمینه وجود ندارد. برخی کشورها ممکن است بتوانند ارقامی برای تعداد فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت ارشد کسب‌وکار در بین جمعیت خود ارائه کنند، اما همه کشورها نمی‌توانند این کار را انجام دهند. و برای آن‌هایی که چنین ارقامی در اختیار

1. MS Excel

2. Master of Business Administration

3. Accenture



دیجیتال توسط خدمات عمومی (و در نتیجه جامعه)، اجزای پیرامون خلاقیت انسان و کیفیت سرمایه انسانی، تحمل اجتماعی و وجود یا عدم وجود فساد را ترکیب می کنند.

هافستد: فردگرایی - جمع گرایی.

این یک معیار فرهنگی است. فردگرایی - جمع گرایی، میزان به هم پیوستگی افراد یک جامعه را نشان می دهد (هافستد، جی^۶، ۲۰۱۱). جوامع فردگرا روابط سست و بی قاعده ای دارند که به نظر هافستد، افراد اغلب تنها با اقوام درجه یک خود رابطه دارند. در جوامع جمع گرا، روابط منسجم، خانواده های گسترده و دیگران را در "گروه های خودی" به هم پیوند می دهد. این "گروه های خودی" با وفاداری داخلی و حمایت متقابل، برای مثال در مواجهه با یک گروه دیگر، مشخص می شوند. امتیازات فردگرایی بین ۰ تا ۱۰۰ قرار دارند و نمرات بالاتر، جوامع فردگراتر را نشان می دهند. فردگرایی بالا با حضور قدرتمند مشاوره در شیوه مدیریت، همبستگی دارد.

شاخص آزادی اقتصادی (IEF) (بنیاد هریتج، ۲۰۱۸).

شاخص آزادی اقتصادی در سال ۱۹۹۵ توسط بنیاد هریتج^۷ و وال استریت ژورنال^۸ ایجاد شد. این شاخص برای اندازه گیری میزان آزادی اقتصادی در یک کشور طراحی شده است. این شاخص بر اساس دوازده عامل در چهار گروه گسترده اندازه گیری می شود: حاکمیت قانون؛ اندازه دولت؛ کارایی نظارتی؛ و بازارهای آزاد. این شاخص یک مقیاس ۰ تا ۱۰۰ دارد، و نمرات بالاتر نشان دهنده کشورهای دارای آزادی اقتصادی بالاتر هستند (در این شاخص به هر یک از دوازده عامل، وزن یکسانی اختصاص داده شده است).

شاخص توسعه دولت الکترونیک (EGDI) (سازمان ملل، ۲۰۱۸).

این شاخص توسط سازمان ملل متحد ایجاد شده است و بر مبنای قطعنامه ۲۸۸/۶۶ مجمع عمومی سازمان ملل "آینده ای که می خواهیم"^۹ می باشد. این بخش از قطعنامه بر فناوری اطلاعات و ارتباطات متمرکز است و به جریان اطلاعات بین دولت ها و مردم نگاه می کند و قدرت فناوری های ارتباطی برای ترویج تبادل دانش، همکاری فنی و ظرفیت سازی برای

نتیجه ای تجزیه و تحلیل، نه عامل پیدا شد که قابل اطمینان بودند و همبستگی بالایی با واریانس در قدرت بخش های مشاوره مدیریت ملی داشتند.

پس از شناسایی ۹ عامل قابل اطمینان و معتبر، گام بعدی، آزمایش ترکیب عوامل با هدف یافتن ترکیبی با بالاترین مقدار r در رابطه با واریانس مشاوره مدیریت فراملی بود. این ترکیب به شاخص مشاوره ملی تبدیل شد. این فرایند،

شاخص آزادی اقتصادی در سال ۱۹۹۵ توسط بنیاد هریتج و وال استریت ژورنال ایجاد شد. این شاخص برای اندازه گیری میزان آزادی اقتصادی در یک کشور طراحی شده است.

آزمایش مکرر ترکیب هایی از بین این ۹ عامل را شامل می شد که هم وزن بودن هر عامل و این که هیچ عاملی به صورت ناخودآگاه برخی جنبه های خاص را تکرار نمی کند را تضمین می کرد. این شاخص به عنوان حاصل ضرب عوامل آن در نظر گرفته شد، و مقادیر عوامل در هم ضرب شد تا شاخص مشاوره ملی ایجاد شود. هماهنگی عوامل تا حدودی با اختصاص مقیاس ۰-۱۰۰ به هر عامل در آزمون همبستگی، به دست آمد.

بالاترین همبستگی، از ترکیب پنج عامل خاص حاصل شد و بر اساس تحلیل هایی که تا به امروز انجام شده، به عنوان شاخص مشاوره ملی ارائه می شود. این پنج عامل با هم ترکیب شدند تا همبستگی $r = 0.931$ با واریانس ملی در قدرت مشاوره مدیریت را ارائه دهند. این معادله ای شاخص مشاوره ملی، تابعی از پنج شاخص مستقل است و موارد زیر را ترکیب می کند: فردگرایی فرهنگی (IDV)^۱؛ شاخص آزادی اقتصادی (IEF)^۲؛ توسعه دولت الکترونیک (EGDI)^۳؛ شاخص خلاقیت جهانی (GCI)^۴؛ و شاخص احساس فساد (CPI)^۵، و به صورت $(NCI = f(IDV, IEF, EGDI, GCI, CPI))$ ارائه شده است.

پنج عامل شاخص مشاوره ملی، عناصری چون فردگرایی اجتماعی، توانایی تجارت آزادانه، میزان پذیرش دستور کار

1. Cultural Individualism
2. Index of Economic Freedom
3. e-Government Development
4. Global Creativity Index
5. Corruption Perceptions Index
6. Hofstede, G.
7. Heritage Foundation
8. Wall Street Journal
9. The Future We Want



فاسد و ۱۰۰ بسیار پاک است، استفاده می‌کند. پس از دستیابی به یک همبستگی بالا ($r = 0.931$) بین قدرت بخش مشاوره مدیریت ملی و شاخص مشاوره ملی، وظیفه بعدی، تعیین مقادیر عددی که به آن رابطه مربوط هستند را شامل می‌شود. برای انجام این کار، رابطه‌ی خط مستقیم بهترین برازش با استفاده از روش حداقل مربعات، محاسبه شد.

برازش خط مستقیم بهینه در داده‌ها از معادله

$$NCI = 0.8757 (MC \text{ market} \times 100/GDP) + 0.0355$$

(شاخص مشاوره ملی = $0.8757 \times$ (بازار مشاوره مدیریت \times ۱۰۰ (تولید ناخالص داخلی) + 0.0355) تبیین می‌کند. این خط در نقطه 0.0355 از محور عمودی عبور می‌کند. ما تغییری در خط بهترین برازش ایجاد کردیم تا تایید کنیم که در عمل خط باید از مبدا نمودار عبور کند، که به این معناست که وقتی بازار مشاوره مدیریت صفر باشد، شاخص مشاوره ملی نیز صفر است. این اصلاحات، معادله شاخص مشاوره ملی را به شکل زیر تغییر داد:

$$NCI = 0.9785 (MC \text{ market} \times 100)/GDP$$

(شاخص مشاوره ملی = $0.9785 \times$ (بازار مشاوره مدیریت \times ۱۰۰) یا

$$MC \text{ market} = (GDP \times NCI) / 97.85$$

(بازار مشاوره مدیریت = (تولید ناخالص داخلی \times شاخص

توسعه پایدار را به رسمیت می‌شناسد. مقیاس شاخص بین ۰ و ۱ قرار دارد، و نمرات بالاتر نشان دهنده کشورهای دارای فرآیندهای توسعه یافته‌تر دولت الکترونیک می‌باشد.

شاخص خلاقیت جهانی (GCI) (فلوریدا، آر^۱، ملندر، سی^۲، کینگ، کی.ام.^۳، ۲۰۱۵).

این شاخص یک رتبه‌بندی چهار بُعدی از کشورها است. این شاخص‌های کشورها که به صورت انفرادی بر اساس خلاقیت، فناوری، استعداد و تحمل رتبه بندی شده‌اند را در یک امتیاز کلی ترکیب می‌کند. شاخص خلاقیت جهانی توسط موسسه رفاه مارتین که به مدرسه عالی مدیریت راتمن دانشگاه تورنتو، تعلق دارد، منتشر می‌شود. این شاخص بین ۰ و ۱ قرار دارد، و امتیاز بالاتر نشان‌دهنده خلاقیت ملی بالاتر است.

شاخص احساس فساد (CPI) (سازمان شفافیت بین‌الملل، ۲۰۱۸).

این شاخص از سال ۱۹۹۵ به صورت سالانه توسط سازمان شفافیت بین‌الملل^۴ منتشر می‌شود. این شاخص کشورها را براساس سطوح درک شده فساد آن‌ها، آنطور که با ارزیابی‌های کارشناسی و نظرسنجی‌ها تعیین شده، رتبه‌بندی می‌کند. این شاخص از مقیاس ۰ تا ۱۰۰ که در آن ۰ بسیار

1. Florida, R.

2. Mellander, C.

3. King, K.M.

4. Martin Prosperity Institute

5. University of Toronto's Rotman School of Management

6. Transparency International



داده‌ها نشان می‌دهد که در اکثر موارد، شاخص مشاوره ملی روشی دقیق‌تری برای تعیین اندازه بازار مشاوره مدیریت در مقایسه با معیار تولید ناخالص داخلی به‌تنهایی ارائه می‌کند.

مقایسه با معیار تولید ناخالص داخلی به‌تنهایی ارائه می‌کند. مواردی وجود دارند که در آن‌ها شاخص مشاوره ملی شدیداً به واقعیت بازار نزدیک است، اما مواردی هم وجود دارند که در آن‌ها شکاف بین آنچه که شاخص مشاوره ملی نشان می‌دهد و واقعیت بازار مشاوره مدیریت ملی بالاست.

نتیجه‌گیری‌ها

"روش توضیح‌داده‌شده در بالا برای همه کشورها و سرزمین‌هایی که اعضای کنونی ICMCI هستند استفاده شد. شاخص مشاوره ملی (NCI) بدون این که یک ابزار بی‌نقص باشد، می‌تواند به عنوان ابزاری برای تعیین قدرت نسبی بخش مشاور مدیریت در نظر گرفته شود".

جدول زیر شامل نتایج تجزیه و تحلیل و محاسبه شاخص مشاوره ملی برای کشورهای هستند که دارای موسسات مشاوره مدیریتی عضو ICMCI می‌باشند.

جدول ۱: کشورها، تولید ناخالص داخلی، جمعیت، شاخص مشاوره ملی

جدول ۲: کشورها و ۵ شاخص خاص: هافستد، شاخص آزادی اقتصادی، شاخص توسعه دولت الکترونیک، شاخص خلاقیت جهانی و شاخص احساس فساد

همانطور که مشاهده می‌کنید، داده‌ها در همه موارد در دسترس نیستند، بنابراین شاخص را نمی‌توان محاسبه کرد.

(مشاوره ملی) ۹۷,۸۵۱

شاخص مشاوره ملی در حال حاضر توانایی محاسبه برآوردی از اندازه‌ی (ارزش دلاری) بخش مشاوره مدیریت برای هر کشوری در جهان را فراهم کرده‌است. معادله‌ی تعیین ارزش بازار مشاوره مدیریت هر کشور به شکل زیر است ...

$$MC\ market = GDP \times (IDV / 100) \times (IEF / 100) \times EGDI \times (GCI \times (CPI / 100)) / 97.85$$

(بازار مشاوره مدیریت = تولید ناخالص داخلی ×

(فردگرایی) × توسعه دولت الکترونیک × شاخص خلاقیت جهانی × (شاخص احساس فساد ۱۰۰۱) ۹۷,۸۵۱)

... که در آن اندازه بخش مشاوره مدیریت بر حسب میلیون دلار و تولید ناخالص داخلی هم بر حسب میلیون دلار است. مرحله بعدی آزمایش شاخص با داده‌های مرجع بود. در اینجا هفت کشور دیگر اضافه شدند که اندازه بازار مشاوره مدیریت ملی آن‌ها نیز مشخص بود (این داده‌ها نیز توسط سورس گلوبال ریسرچ ارائه شده‌است).

این کشورها، شیلی، دانمارک، هند، ایرلند، مکزیک، لهستان و آفریقای جنوبی بودند. میزان نزدیکی داده‌های حاصل از شاخص مشاوره ملی، بین بازار مشاوره مدیریت ملی و ارقامی که پیش از این ارائه شده بود، به معنی کاربردپذیری این رویکرد برای کشورهایی بود که در آن زمان اندازه بازار مشاوره مدیریت آن‌ها مشخص نبود.

داده‌ها نشان می‌دهد که در اکثر موارد، شاخص مشاوره ملی روشی دقیق‌تری برای تعیین اندازه بازار مشاوره مدیریت در



با این حال، با گروه‌بندی کشورهایایی که محاسبات در آنها انجام شده، نتایج زیر را به دست می‌آوریم:

NCI	Average NCI	GDP - Mil \$	Population	Average per capita GDP US\$/ capita
0.3-0.55	0.45	33,151,059	585,157,597	56,653
0.1-0.3	0.16	8,785,588	225,595,522	38,944
<0.1	0.03	23,471,279	3,739,882,445	6,276

در این حالت، تعداد کشورها در دو دسته اول، مشابه دسته سوم است.

واضح است که سطح شاخص تحت‌تاثیر عواملی مانند سیاست، فرهنگ و میراث تاریخی قرار دارد که به اندازه اقتصاد یا کشور مربوط نیستند، اما واضح است که یک شاخص بالاتر از ۰.۱ ممکن است هدف خوبی برای دنبال کردن باشد و چشم‌انداز ما در ICMCI برای شناخته‌شدن به عنوان یک سازمان پیشرو در توسعه مشاوره مدیریت در سطح جهانی که به موفقیت اجتماعی و اقتصادی منجر می‌شود، در همان جهت قرار دارد.

اکنون، وظیفه هر موسسه ملی، درک و استفاده از شاخص مشاوره ملی، در رابطه با محیط کسب‌وکار، سیاست‌گذاران و کاربران عمومی برای حمایت از توسعه بیشتر این حرفه به نفع اقتصاد و جامعه است.

نتایج حاصل از محاسبه شاخص مشاوره ملی و تولید ناخالص داخلی / سرانه برای هر کشور در نمودار زیر ارائه شده است: برای نگاه دقیق‌تر به این مقادیر، نمودار زیر کشورهای با مقدار کمتر از ۰.۰۷ در شاخص مشاوره ملی و تولید ناخالص داخلی کمتر از ۲۰۰۰۰ میلیون دلار / ساکن (گوشه سمت چپ جدول قبلی) را نشان می‌دهد.

