

РОЛЬ КОНСАЛТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Костирко Н. В., студ. гр. ПТТ-181

Науковий керівник: **Соломаха І. В.**, к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Консалтинг як самостійна професійна діяльність своїм виникненням зобов'язаний менеджменту. З пошквалленням промисловості та загостренням конкурентної боротьби очевидної цінності набув так званий четвертий фактор виробництва – інформація. Запорукою успіху в бізнесі стала не лише ринкова обізнаність підприємства (щодо цін, конкурентів, споживачів), але й його управлінська інформованість (про доцільну організацію виробництва, праці, мотивацію, менеджмент).

Зміст поняття «консалтинг» (з англійської – консультування), що увійшло до нашої мови як спеціальний термін, означає здійснення економічного консультування будь-якого масштабу. Консалтинг, або економічне консультування, може стосуватися як локальних суто економічних питань (фінансовий аналіз, бухгалтерія, аудит, оподаткування), так і глобальних управлінських проблем (стратегічний розвиток, реорганізація, інноваційний процес). Таким чином, управлінське консультування є видом консалтингової діяльності, що спрямований на надання допомоги у вирішенні управлінських проблем.

Бізнес-успіх консалтингу пов'язаний із складністю управлінських проблем, які виникають на сучасних підприємствах, та невизначеністю ділового середовища, що спричиняє невпевненість менеджерів та змушує їх звертатися за допомогою.

Серед найважливіших причин стрімкого розвитку управлінського консультування та зростання попиту на консалтингові послуги на світовому ринку слід назвати такі:

– загальну тенденцію глобалізації бізнесу, яка сприяє попиту на консалтингові послуги як серед транснаціональних корпорацій, що захоплюють нові ринки, так і серед нових створених компаній, які сподіваються позиціонуватися на світовому ринку;

– можливість використання ідей і таланту консультанта як конкурентну перевагу в ринковій боротьбі;

– необхідність впровадження інформаційних технологій, які дозволяють значною мірою підвищити продуктивність компанії [1].

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Управлінське консультування дозволяє:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;
- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;

– надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними.

Перелік консалтингових продуктів формується під впливом потреб клієнтів. До основних типів консалтингових продуктів слід віднести:

– дослідження та аналіз ринку, що охоплюють оцінку розміру, місткості, структури ринку, аналіз рівня конкурентного оточення з діагностикою споживачів та конкурентів, виявлення тенденцій та прогнозування динаміки розвитку ринку;

– розробку стратегії, що передбачає дослідження політики та ділової активності, проведення стратегічного аналізу компанії (виявлення сильних та слабких сторін організації, можливостей та загроз), визначення мети розвитку та методів досягнення стратегічного вибору;

– підготовку та експертизу інвестиційних проектів, що забезпечують обґрунтування інституційної та технічної можливості здійснити проект, його аналіз з погляду комерційної, екологічної, соціальної доцільності, фінансової привабливості та реалізації в умовах непевності та ризику;

– управління маркетингом, що включає дослідження ринкового середовища (оточення) компанії, розробку маркетингової стратегії, оцінку ефективності окремих елементів маркетингу (ціноутворення, організацію збуту, рекламу, управління товарними запасами та складським господарством), діагностику служби маркетингу фірми, її місце в корпоративній структурі, відповідність принципів та методів оперативного маркетингу загальним завданням та меті організації;

– управління виробництвом, що, як об'єкт консультативної допомоги, включає в себе аналіз виробництва з точки зору трьох найважливіших складових виробничого процесу — продукції, що виробляє компанія (дизайн, сировина, що використовується, матеріали, якість), методів та принципів організації виробничого процесу та планування, організації існуючих трудових ресурсів;

– управління персоналом, яке охоплює оцінку та вирішення проблем кадрової політики фірми, включаючи планування трудових ресурсів, вибір та наймання робітників, навчання персоналу, системи комунікацій, мотивацію до праці та винагороди, психологічний клімат, планування кар'єри та розвиток організації;

– інформаційні технології, що включають надання допомоги у виборі, впровадженні та супроводженні програмних продуктів, розробку комп'ютерних методів управління виробництвом, фінансами, маркетингом, бухгалтерським та фінансовим обліком.

Особливості функціонування даного ринку в цілому визначаються специфікою самого продукту – консалтингової послуги [2].

Консалтингова послуга – інтелектуальний продукт, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування.

Специфіка консалтингової послуги полягає в її удаваній невідчутності, непомітності та, як правило, у відсутності завершеної матеріальної форми. Тому ідентичні консалтингові продукти, виконані двома консалтинговими фірмами, можуть відрізнятися не тільки за формою, але й мати різну методологію розробки та зміст. Клієнт може оцінити якість наданої йому послуги або відразу після завершення процесу консультування, або через деякий проміжок часу.

Окрім того, якість послуги та результативність консультування в цілому безпосередньо залежать від особистої участі та професіоналізму конкретного консультанта. У зв'язку з цим особливого значення набувають взаєморозуміння консультанта і клієнта та їх плідне співробітництво. Кон'юнктура ринку консультаційних послуг визначається співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем ціноутворення і стратегією поведінки продавців та покупців на цьому ринку.

Потреба у допомозі консультантів обумовлена не тільки їх новими знаннями, аналітичними вміннями, заходами та методологічними підходами, які може привнести консультант в клієнтську організацію, а й тим, що сторонні консультанти покликані допомагати менеджерам орієнтуватися в складних умовах прискорення технологічних змін, швидкого зростання ділової активності, що надзвичайно впливає на майбутнє організації.

Основними причинами залучення консультантів в організацію є наступні:

– поточна завантаженість менеджерів фірм, що перешкоджає їм самостійно вирішувати глобальні проблеми розвитку та оцінювати кризові проблеми компанії на сучасному рівні знань;

– прагнення одержати оцінку того, що робиться в організації, незалежними об'єктивними експертами;

– необхідність постійного підвищення ефективності виробництва та бізнесу в умовах жорсткої конкуренції та ускладнення управлінських проблем;

- відсутність чіткої та ефективної системи інформаційного забезпечення в галузі правового та економічного регулювання;
- інтеграція в світове економічне товариство, інтернаціоналізація вимог та стандартів;
- необхідність ініціювання змін в організації;
- подолання стереотипів у вирішенні існуючих проблем;
- навчання персоналу новим управлінським технологіям;
- подолання кризи, якщо вона настає в організації, ідентифікація проблем та надання виконавчої допомоги для їх вирішення.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. Проте проблема трансформації потреб в управлінському консультуванні у тривалий попит на нього є актуальною як для ринку в цілому, так і для кожної конкретної консультаційної фірми. Продуцентами консалтингового продукту, що визначають пропозицію на консалтинговому ринку, є консалтингові фірми [3].

Розвиток консалтингового бізнесу в Україні відбувається складно і неорганізовано, хоча в країні працює понад 300 вітчизняних консультаційних фірм та відкриті представництва найбільших світових компаній. Попит на консалтингові послуги в країні залишається низьким з причин складної макроекономічної ситуації та низької ділової активності, відсутності досвіду та культури роботи з незалежними консультантами, неспроможності потенційних клієнтів оцінити корисність консалтингової послуги. Окрім того, керівники українських підприємств, що працюють в умовах невизначеного ділового та юридичного середовища, невпевнені у дотримуванні консультантом етичних норм та збереженні конфіденційності.

Перспективний успіх консалтингових організацій залежить від їх готовності до нововведень, адаптації набору послуг до потреб клієнтів, пошуку нових продуктів і ринків, підвищення професіоналізму консультантів.

Список використаних джерел

1. Верба В. Організація консалтингової діяльності: Навч. посібник/ Вероніка Верба, Тетяна Решетняк; М-во освіти України; Київський нац. економічний ун-т. - К., 2000. - 241 с.
2. Покропивний С. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посіб./ Сергій Покропивний, Володимир Колот.; М-во освіти України. Київський нац. економ. ун-т. - К.: КНЕУ, 1998. - 350 с.
3. Шевеленко С. Підприємництво і підприємницька діяльність: Навч. посіб. для студ. вуз./ Семен Шевеленко, Іван Федів; За заг. ред. В.В.Сопка. - К.: Вища школа, 1997. – 223 с.

УДК [658.849:004.738]665.5

ОСОБЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ З ПРОДАЖУ ДЕКОРАТИВНОЇ КОСМЕТИКИ

Кубліцька О. В., студ. гр. МПТп-191,
Науковий керівник **Соломаха І. В.**, к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Щороку популярність інтернет-магазинів як нового, прогресивного методу продажів дедалі збільшується. Висока популярність інтернет-магазинів полягає в їх доступності, швидкості та зручності процесу здійснення покупок, можливості швидко отримати консультації спеціалістів, а також додаткову інформацію про товар.

Перевагами інтернет-магазинів перед традиційними магазинами є: відсутність потреби в оренді площ для здійснення торгівлі, торговельного обладнання, великої кількості працівників. А покупці, задоволені досвідом покупок та якістю обслуговування та консультацій, стають лояльними до обраного інтернет-магазину та перетворюються у постійних користувачів та покупців.