



3. Герасимчук В.Т. *Маркетинг*. – К.: Вища школа, 1994. – 327с.
4. Котлер Ф. *Основы менеджмента* / Пер. с англ. - М.: Прогрес, 1990. – 736 с.
5. Магалецький Т.В. та ін. *Навчальний посібник з основ маркетингу*. – К.: УАН НІП, 1994. – 171с.



*Кучер О.В.,
викладач Кам'янець-Подільської філії
Європейського університету фінансів,
інформаційних систем, менеджменту
та бізнесу*

ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ЯК СКЛАДОВА РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Протягом останнього десятиріччя в Україні відбуваються бурхливі зміни в суспільному, економічному та політичному житті. Ці зміни суттєво вплинули на економіку країни. Прийняті законодавчі акти “Про власність”, “Про підприємництво” та багато інших вимагають нових підходів до управління економічним розвитком держави. Державні підприємства зазнали низки змін і з часом перетворились на організації з різною формою власності та структурою управління (акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, спільні підприємства, малі підприємства, фермерські господарства). Також виник новий клас суспільства, а саме суб’єкти підприємницької діяльності. Ці зміни сприяли і новим економічним відносинам в країні.

На початку дев’яностих років майже кожна реструктуризована чи новостворена організація могла знайти свою нішу на внутрішньому ринку, застосувавши нову технологію виробництва того чи іншого товару або послуг. Вироблені товари майже повністю задовольняли потреби основної частини споживачів. Така ситуація задовольняла і українських підприємців. Тому до середини дев’яностих років вітчизняні підприємці без особливих зусиль могли витримати конкуренцію на внутрішньому ринку. Тим більше, що низка законів деякою мірою стимулювали вітчизняного виробника, завдяки підвищенню мита на ввезення товарів аналогічних тим, що виробляються на українських підприємствах.

Але час показав, що потрібно виробляти конкурентоспроможну продукцію, а для її виробництва потрібні не лише обладнання, але й висококваліфікований персонал, яким потрібно вміло керувати. Сучасний керівник повинен досконало знати сучасну теорію менеджменту і вміло керувати як виробництвом певного товару, так і управляти організацією взагалі.

На сьогодні ведення підприємницької діяльності - досить складна та ризикована справа. Навіть в економічно розвинених країнах кожна фірма в процесі свого існування час від часу попадає в різні кризові ситуації. Для виходу з неї керівники застосовують різні методи. Це і звільнення одних менеджерів на різних рівнях управління та призначення на посади нових тощо. Але для ефективного управління підприємством будь-який керівник повинен вміти приймати рішення по великій кількості проблем, які виникають в процесі виробничої діяльності. За словами академіка Й.С. Завадського, “Відставання народного господарства України зумовлюється багатьма факторами, серед яких провідне місце займає недосконалість системи



управління. Турбулентний характер негативних змін в економіці (інфляція, ріст цін на сировину та матеріали, високі процентні ставки за кредит, зниження закупівельної спроможності населення та ін.) і висока складність вирішуваних нині завдань посилюють роль наукового управління у стабілізації соціально-економічних процесів і забезпеченні високої ефективності усіх видів підприємницької діяльності” [2].

Одним із способів вирішення виробничих питань різного характеру є налагодження роботи з інформаційно-консультаційними або консалтинговими службами. Проблематиці консультаційних послуг присвячено чимало публікацій. Зокрема, деякі автори відмічають, що однією з умов формування ринкових відносин в Україні є створення інформаційного простору та впровадження інформаційно-консультаційних технологій в усіх галузях народного господарства.

Але в Україні розвиток інформаційно – консультаційних технологій поки що не повною мірою використовується для поліпшення справ в економіці. Відставання України в цій сфері пояснюється низьким базовим рівнем використання інформаційно – консультаційних технологій.

Противники прискорення розвитку інформаційно – консультаційних послуг пояснюють свою позицію відсутністю попиту на інформаційні та консультаційні послуги.

Разом з тим немає єдиних підходів до визначення структури попиту на консультаційні послуги і їх забезпечення та методики визначення ефективності наданих послуг. Цим питанням займаються такі вчені, як П.Т. Саблук, Й.С. Завадський, М.Ф. Кропивко, М.Ф. Попов.

Незважаючи на публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, а також представників фірм, які безпосередньо вже надають такі послуги присвячених цьому питанню, проблема розвитку інформаційно-консультаційних послуг залишається до кінця не вирішеною.

Враховуючи актуальність проблеми, метою наукової статті є дослідження попиту на консультаційні послуги та критеріїв вибору консультантів.

Роботу консультантів можна порівняти з лікарем, який проводить „огляд”, встановлює „діагноз” і пропонує лікування для організації, яка вирішила провести реорганізацію. Також консалтингові служби займаються розробкою різного виду проектів та впровадження його в життя. В країнах ЄС і США набули широкого розповсюдження консалтингові організації, які проводять маркетингові дослідження, нагромаджують інформацію про зміни виробничої ситуації та навколишнього середовища, фінансової політики держави, досягнень науки, передового досвіду тощо. Вони надають консультації, всебічно враховуючи запити своїх користувачів.

В Україні протягом останніх років інтенсивно ведуться розробки інформаційно-консультаційного забезпечення товаровиробників, організацій і установ. Дослідження з виявлення конкретної інформації, конкретних послуг інформаційно – консультаційних систем в агропромисловому комплексі нагромаджено в Інституті аграрної економіки УААН. На думку академіка УААН П.Т. Саблука “Для ефективного функціонування виробничих, сервісних і управлінських формувань агропромислового комплексу України в умовах ринкової економіки (включаючи і перехідний період) необхідно створити відповідне інформаційне середовище (забезпечення оперативною й надійною комерційною та науково-технологічною інформацією). Без вирішення цієї проблеми нормальне функціонування сучасної економіки неможливе.” [6] Ці дослідження доцільно використовувати інформаційно-консультативним службам регіонів та окремим консультантам.

Ефективність використання підприємствами консультантів зумовлена тим, що:

- консультант буде надавати пояснення і допомагати розібратись в нових питаннях, що стосуються усіх аспектів господарської діяльності, з якими керівництво підприємств ще не знайоме;



- керівники та власні спеціалісти підприємства не можуть бути об'єктивними щодо оцінки своєї діяльності;
- реалізація та розробка комплексних програм при реорганізації підприємства або створенні нових проектів потребує певної кількості висококваліфікованих спеціалістів, а наявні на підприємстві працівники частіше завантажені оперативною щоденною роботою;
- консультант зацікавлений в ефективності своєї роботи, тому що це репутація і відповідність вимогам професійної етики;
- робота консультативної фірми вигідна підприємству, оскільки вдається використовувати досвід аналогічних програм на інших підприємствах.

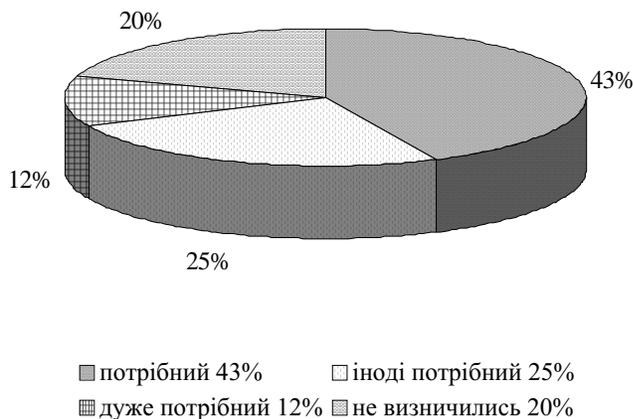
В країнах з розвинутою економікою попит на консалтингові послуги досить високий. Так, за даними New York Times послугами консультантів регулярно користується 15 % компаній США і 35 % вдаються до них у міру необхідності. Серед вітчизняних компаній регулярно користуються послугами консультантів 14 %, а робити це у майбутньому планує 41 %.

Клієнтом консалтингової фірми може бути будь-яке підприємство. Основними споживачами бізнес-консультантів за кордоном частіше стають: фінансові установи, виробники товарів масового попиту, промислові підприємства, телекомунікаційні компанії, енергетичні компанії, урядові установи, установи охорони здоров'я, науково-дослідні установи, засоби масової інформації та шоу-бізнесу, торгівельні компанії.

Послуги консультантів досить різноманітні. Найбільшим попитом на світовому ринку користуються консультації з таких питань, як: реорганізація і реструктуризація підприємства, корпоративні стратегії, інформаційно-технологічні стратегії, розвиток бізнесу, організаційне проектування, фінансовий менеджмент, маркетинг і продаж.

В Україні здебільшого клієнтами консалтингових послуг стають іноземні фірми, що працюють в нашій країні, або досить великі вітчизняні компанії. На жаль, велика кількість керівників та власників українських підприємств намагаються власними силами покращити роботу своєї організації, не розуміючи, що невмілим управлінням значно легше знищити свій бізнес, ніж його врятувати.

За результатами проведених опитувань серед керівників і спеціалістів підприємств різних форм власності Хмельницької області можна побачити їхнє ставлення до консультаційних послуг (діаграма).





Не всі українські власники та менеджери підприємств готові до співпраці з радником як морально, так і матеріально. Досить ще важко керівнику визначитись, чи варто віддавати кошти за пораду, до якого саме консультанта звернутись. Звичайно, що значну роль відіграє і рівень цін за ці поради. Але, як і будь-які інші послуги, ціна повинна відповідати якості.

В країнах ЄС і США приватні консультанти відшкодовують фермерам втрати у випадку невдачі при використанні їх рекомендацій.

Клієнт повинен мати і певні гарантії позитивних результатів. Ці та інші питання природно виникають в керівників підприємств. Вибираючи консультанта, підприємці користуються здебільшого такими критеріями:

- кваліфікація 32 %;
- якість наданих послуг 26 %;
- рівень цін 21 %;
- ім'я і репутація 28 %;
- гарантії позитивних результатів 21 %;
- досвід роботи на місцевому ринку 18 %.

Отже, перш ніж використовувати послуги консалтингових служб, керівники та власники підприємств повинні усвідомити, що саме вони хочуть змінити в своїй організації і в якій мірі їм зможе допомогти консультант.

Таким чином, вивчення й удосконалення організації інформаційно-консультаційних послуг є необхідною складовою поліпшення виробничих та управлінських відносин на підприємствах різних форм власності. Використання інформаційно-консультаційних технологій стане вагомим внеском в питанні піднесення економіки, вирішення соціальних проблем і формуванні нових перспектив розвитку.

Література

1. Варналій З.С. *Основи підприємництва*: – К.: Знання-Прес, 2002. – 239с.
2. Завадський Й.С. *Менеджмент: Management*. – У 3 т. – Т. 1.- 3 вид., доп. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту. – 2001. – 542 с.
3. Кисельов А.П. *Основи бізнесу*: – К.: Вища шк., 1998. – 191 с.
4. Кобиляцький Л.С. *Управління проектами: Навч. посіб.* – К.: МАУП, 2002. – 200 с.
5. *Наймасмо радника* // *Галицькі Контракти* № 4 – С. 18–19.
6. *Організація інформаційно-консультаційного забезпечення АПК України. За ред. академіка УААН П.Т. Каблука.* – К.: ІАЕ УААН. – 2003. – 437с.
7. *Продавці порад* // *Галицькі Контракти* № 48. – С. 10–13.

