



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№3(28)2015



**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ**
04078, м. Київ,
вул. Білицька, 41/43
(044) 430 15 77, 353 42 42
info@kibit.edu.ua

РЕКТОР: ЯКОВЛЕВА Олена В'ячеславівна
— кандидат філософських наук, професор
РІК ЗАСНУВАННЯ — 1961
КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ РІВЕНЬ:
бакалавр, спеціаліст, магістр
РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ — III, IV

ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ

Відкрита у 2004 році.
Надає повний обсяг
послуг з бізнес-освіти.
Діють короткострокові
програми PDS, MBA.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АД № 034560
від 04.05.2012 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

БІЛОЦЕРКІВСЬКА ФІЛІЯ
09100, вул. Логінова, 39/2,
тел.: 8 (0446) 333 108;
8 (04463) 512 77
e-mail: info_bc@kibit.edu.ua

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Тарногородського, 46
тел.: 8 (0432) 69 32 62;
8 (0432) 63 06 77
e-mail: info_vn@kibit.edu.ua

ЖИТОМИРСЬКА ФІЛІЯ
10029, вул. Комерційна, 2а
тел.: 8 (0412) 44 84 07;
8 (0412) 48-24-50
e-mail: info_gt@kibit.edu.ua

ЗАПОРІЗЬКА ФІЛІЯ
69123, вул. 14 Жовтня, 15
тел.: 8 (061) 270 60 87;
8 (061) 277 00 81
e-mail: info_zp@kibit.edu.ua

ЛУГАНСЬКА ФІЛІЯ
91006, кв. Южний, СШ № 51
тел.: 8 (0642) 711 706;
8 (0642) 710 798
e-mail: info_lg@kibit.edu.ua

НІЖИНСЬКА ФІЛІЯ
16604, вул. Незалежності, 42
тел.: 8 (04631) 9 03 51/52;
8 (04631) 7 51 41
e-mail: info_ng@kibit.edu.ua

УМАНСЬКА ФІЛІЯ
20300, пров. К. Цеткін, 2
тел.: 8 (04744) 4 28 20;
8 (04744) 3 50 44
e-mail: info_ym@kibit.edu.ua

ФАКУЛЬТЕТИ:

■ МЕНЕДЖМЕНТУ ■ ЕКОНОМІКИ ■ ПСИХОЛОГІЇ

0306

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ:

менеджмент туристичної індустрії
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
менеджмент підприємницької діяльності
менеджмент промислових підприємств
менеджмент охорони праці

0305

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:

фінанси
облік і аудит

0301

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ:

психологія праці та управління
педагогічна психологія
клінічна психологія

ДРУГА ВИЩА ОСВІТА

за всіма напрямками

МАГІСТРАТУРА

за спеціальністю «фінанси»

МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА:

власні навчальні приміщення,
комп'ютерні класи, доступ до Інтернет,
бібліотека, читальний зал,
власна поліграфічна база

ПРОФЕСОРСЬКО- ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:

висококваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста, магістра державного зразка. Студенти проходять практику у державних та комерційних установах. Працює служба працевлаштування студентів. Здійснюються мовні та фахові стажування студентів за кордоном. На запрошення Інституту лекції читають професори з провідних Університетів Західної Європи. Ведеться підготовка до незалежного зовнішнього тестування з математики, української мови та літератури, історії України.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 3 (28)

Київ
Видавництво КІБіТ
2015

*Висловлюємо подяку президенту Київського інституту бізнесу та технологій
Яковлевій Ірині Іванівні за підтримку видання*

Наукові статі присвячені актуальним проблемам економіки, управління, інформаційних технологій, економічного аналізу сучасного стану України.

Вісник розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питанням розвитку економіки України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

ПАСТУХОВА В.В., *д-р. екон. наук – голова редколегії*
ЯКОВЛЕВА О.В., *канд. філос. наук, ректор КІБІТ*
ЯЗИНІНА Р.О., *канд. екон. наук, д-р. географ. наук – відповідальний секретар*
ВСТЧИНОВ І.А., *д-р. екон. наук*
МИХАЙЛОВ В.С., *д-р. екон. наук*
ШИНКАРУК Л.В., *д-р. екон. наук*
ГЕРАСИМОВИЧ А.М., *д-р. екон. наук*
КОНЧИН В.І., *канд. екон. наук*
СВЕРДАН М.М., *канд. екон. наук*
ЄНА О.В., *канд. екон. наук*
КОРОСТЕЛЬОВ В.А., *канд. екон. наук*

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора та кандидата з економічних наук, затвердженого постановою президії ВАК України від 10.11.2010 р. № 1-05/7 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №12

Відповідальний за випуск – **ЯЗИНІНА Р. О.**, *д-р географ. наук*

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 3 (28) 2015

Видається з 2004 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
В Держкомітеті телебачення і радіомовлення
серія КВ № 880 від 01.06.2004

Засновник: ПВНЗ “КІБІТ” ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою
Київського інституту Бізнесу та технологій
Протокол № 3 від 28 жовтня 2015 року

Тираж 500

Адреса редакції:

04078, м. Київ, Білицька 41/43

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ

04078, м. Київ, Білицька 41/43

Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

УДК 631.152

АТАМАНЧУК Ю.М., к.п.н.,

ГУЗАР Б.С., к.е.н.,

ШУПИЛО О.В.

м. Умань

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто проблеми формування ринку консалтингових послуг в Україні та перспективи подальшого функціонування цієї ланки фінансового ринку.

Авторами за результатами дослідження запропоновано власне трактування категорії “консалтинг”.

Ключові слова: консалтинг, управлінське консультування, фінансові послуги, фінансовий менеджмент, проблеми надання консалтингових послуг, споживачі консалтингових послуг.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы формирования рынка консалтинговых услуг в Украине и перспективы дальнейшего функционирования этого звена финансового рынка.

Авторами по результатам исследования предложено собственную трактовку категории “консалтинг”.

Ключевые слова: консалтинг, управленческое консультирование, финансовые услуги, финансовый менеджмент, проблемы предоставления консалтинговых услуг, потребители консалтинговых услуг.

Abstract. In the article the problem of forming consulting services market in Ukraine and prospects of further operation of the parts of the financial market.

The authors of the study suggested the actual interpretation of the category “consulting”.

Key words: consulting, management consulting, financial services, financial management, problems consulting services, consumers of consulting services.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Поява менеджмент-консалтингу спричинена досить високим рівнем управлінського досвіду, коли підприємець уже усвідомлює необхідність допомоги консультантів для підвищення свого конкурентного статусу та найоптимальнішого вирішення проблем, що виникають у процесі його роботи. Розвиток управлінського консультування пов’язаний, перш за все, з потребою швидкого впровадження в практику нових теоретичних досягнень у сфері управління, необхідних як для керівництва підприємства, так і для менеджерів.

Високопрофесійне соціальне та юридичне становище консультування в усьому світі свідчить про його важливість та наявність певної державної підтримки менеджмент-консалтингу. Консалтинг як синтез професійної та комерційної діяльності потребує визначення методології ведення процесу консультування та забезпечення прибутковості консультаційного бізнесу.

Становлення та розвиток ринку консалтингових послуг в Україні пов’язані із появою підприємництва та розгортанням кампанії з роздержавлення власності. Виникла потреба у створенні методичної бази приватизаційних заходів на підприємствах та обґрунтуванні безлічі бізнес планів з метою отримання інвестиційних коштів. Спочатку задоволення попиту на ці послуги взяли на себе консультаційні підрозділи

банків та організацій, що отримали право консультувати з питань приватизації. Однак з розвитком ринку товарів попит на консалтингові послуги в Україні зазнає суттєвих змін. Поступове надбання вітчизняним бізнесом рис цивілізованої діяльності потребує відповідної професіоналізації консалтингу. Сьогоднішні вітчизняні менеджери чітко усвідомлюють необхідність такого консультування, при якому консультант здійснює не лише локальне виправлення вузьких проблем, а, поглиблено вивчаючи специфіку клієнтської організації, займається комплексними питаннями стратегічного розвитку даного підприємства. Усе це неможливо здійснити без грамотної організації спілкування консультанта і клієнта, юридичного та фінансового визначення їх стосунків, а також відповідного побудування власне процесу надання управлінської допомоги.

Вітчизняні консультаційні фірми сьогодні мають схожі проблеми нормативно-організаційного характеру. Питання ліцензування консалтингової діяльності лишається невирішеним, і це затримує громадське визнання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Консалтинг як самостійна професійна діяльність своїм виникненням зобов’язаний менеджменту. Розвитку управлінської науки другої половини XIX ст. присвятили такі зарубіжні науковці Фредерік

Тейлор, Генрі Гант, Харрінгтон Емерсон, Френк, Ліліан Гілберт та інші. З пошвавленням розвитку 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, контролінг). Теорія управління надавала численну кількість схем організації ефективного бізнесу та, водночас, ускладнювала оволодіння ними для окремого менеджера. Перша консалтингова фірма (“Служба ділових досліджень”) з’явилась на початку XX ст. в Чикаго. Пізніше соціолог Елтон Мейо своїм відомим готонським експериментом започаткував розвиток мотиваційних концепцій управління персоналом, а вже у 1925 році Джеймс О. Мак-Кінзі організував консалтингову фірму, яка надавала фінансово-аналітичну та бухгалтерську допомогу. Після другої світової війни сплеск ділової активності сприяв становленню консалтингу як офіційно визнаної професії та прибуткового бізнесу. Почалося загальне відновлення світової промисловості, фінансової і політичної систем, виникнення та закріплення на ринку більшості провідних консалтингових фірм. У цей час консалтингові фірми набувають повноцінних комерційних підприємств із власною стратегією розвитку, ринковою поведінкою та своїм, притаманним лише їм, асортиментом продукції. Інститут консалтингу отримує громадське визнання та набуває суттєвого значення для ринкових економічних систем. Зміст поняття “консалтинг” (з англійської – консультування), що увійшло до нашої мови як спеціальний термін, означає здійснення економічного консультування будь-якого масштабу [4].

Метою даної публікації є дослідження перспектив надання консалтингових послуг в Україні. З метою виконання поставленого завдання, під час дослідження використано монографічний та графічний методи дослідження..

Виклад основного матеріалу дослідження з поглибленим обґрунтуванням отриманих наукових результатів. 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 (management consulting) є видом консалтингової діяльності, що спрямований на надання допомоги у вирішенні управлінських проблем. Сучасний розвиток світового управлінського консультування характеризується порівняно високими темпами зростання.

За даними бюлетеня “Consultants News”, середньогалузевий щорічний темп приросту складає 10%, а у провідних фірм цей показник коливається від 20 до

30%. Якщо для інших сфер бізнесу десятивідсоткове зростання є більш-менш задовільним, то для консалтингу такий рівень вважається критичним. 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. Стрімкий поступ управлінського консалтингу спричинений також відсутністю узгоджених стандартів (на відміну від таких видів консалтингу, як юриспруденція чи облік), що дозволяє практично будь-якому спеціалістові, хоч трохи обізнаному в цій справі, займатися консультуванням [5].

Консультаційна діяльність як професійна допомога і підтримка управлінських інновацій вітчизняних підприємств існувала і активно розвивалася в радянський період. Численні економічні та галузеві науково-дослідницькі інститути розробляли й удосконалювали методологію управління виробництвом, впроваджували нові принципи організації виробництва, що забезпечувало зростання ефективності праці, використання матеріальних та інших ресурсів. Умови розвитку економіки, що змінилися, процеси роздержавлення і приватизації власності надали управлінському консультуванню новий імпульс.

Консалтинг в Україні стає особливою індустрією, бізнесом. Сьогодні в Україні працює понад 350 вітчизняних консалтингових фірм, з яких 42% займаються виключно наданням послуг, що є лідерами консультаційного бізнесу, в тому числі “великої п’ятірки”. Серед українських організацій, котрі вважаються консалтинговими, 42% займаються тільки консультуванням, 30% – присвячують консультуванню лише 80% загального обсягу продажу. Окрім того, третина учбових організацій має власні консультаційні підрозділи. На відміну від розповсюдженого в розвинутих країнах планомірного співробітництва з консультантами, що здійснюють обслуговування компаній з питань управління, управлінське консультування в Україні використовується епізодично. Це пов’язано з тим, що переважна більшість підприємств, фірм і компаній звертаються за консультаційною допомогою в критичних ситуаціях, коли власними зусиллями не можна вирішити існуючі проблеми.

Відсутність статистичної інформації і охорона комерційних інтересів не дозволяють в грошових одиницях оцінити консалтинговий бізнес з точки зору його прибутковості та фінансової привабливості. Проте серйозний рівень конкуренції на даному ринку дозволяє зробити висновок про значний рівень рентабельності послуг, що надаються клієнтам. Сьогодні можна чітко виділити основних постачальників консалтингового продукту в Україні. Це:

- філіали великих іноземних багатофункціональних фірм, що мають консультаційні проекти з українськими державними структурами

з питань оподаткування, бюджетного регулювання, удосконалення нормативно-правової бази, а також обслуговуючі спільні та іноземні компанії в Україні банківські структури;

- представництва іноземних консультативних фірм, які здійснюють стратегію завоювання нових ринків та досліджують привабливість українського ринку;
- іноземні консультативні фірми, що працюють за програмами донорських організацій та надають технічну допомогу з питань управлінського консультування в пріоритетних галузях народного господарства (енергетика, транспорт, зв'язок, сільське господарство тощо);
- вітчизняні консультативні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг з питань приватизації підприємств, включаючи оцінку майна, підготовку документального супроводження процесу приватизації тощо;
- спеціалізовані консалтингові фірми, котрі надають консультативні послуги по окремих напрямках управлінського консультування (бізнес-планування, фінансова оцінка, маркетинг, податкове планування, митне регулювання та інше).

Стимулювання розвитку вітчизняного консультативного бізнесу пов'язане з необхідністю зменшити залежність української економіки від іноземних експертів та знизити витрати на іноземних високооплачуваних спеціалістів.

До переваг вітчизняних консультантів безперечно відносяться знання ними глибинних причин (пов'язаних з менталітетом, національними особливостями) існуючих управлінських проблем та з огляду на це оптимального їх вирішення, а також можливість адаптації сучасних методів управління до особливостей вітчизняних підприємств.

Зараз у діяльності консультативних фірм України намічаються якісні зміни, пов'язані зі зміною спеціалізації послуг, що надаються. Основними видами послуг консультативного обслуговування стають постприватизаційна підтримка підприємств, маркетингові дослідження, організація маркетингу на підприємствах, розробка ділових стратегій розвитку, пошук партнерів та інвесторів, формування public relations, проведення рекламної кампанії, запровадження контролю. Однак, незважаючи на те, що значна кількість компаній відчуває необхідність консультативної допо-

моги з питань управління, попит на консалтингові послуги в Україні залишається низьким. Основними причинами цього є наступні (рис. 1):



Рис. 1. Причини низького попиту на консалтингові послуги в Україні*

* Узагальнено авторами.

Однак управлінський консалтинг має свої перспективи. Поступове збільшення попиту на консалтингові продукти може відбутися в результаті поліпшення якості послуг, що надаються, оскільки при цьому неодмінно зростатиме професіоналізм вітчизняних консультантів, їх досвід, удосконалюватимуться навички роботи і методи виконання замовлення; переходу на постійне консультативне обслуговування, що є більш економічним для клієнта; усвідомлення вигоди від залучення консультантів для вирішення існуючих проблем і отримання нової інформації, ідей, пропозицій.

Можливий успіх консультативних організацій в Україні багато в чому залежить від їх готовності до нововведень, адаптованості набору послуг до потреб клієнтів, пошуку нових продуктів і ринків, застосування нових методів втручання та внесення змін під час реалізації консультативних пропозицій. Майбутнє консалтингу нерозривно пов'язане з підвищенням професіоналізму консультантів, високою якістю виконання замовлень, дотриманням етичних стандартів, здатних задовольнити потреби клієнтів.

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємствам 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 [3; 4; 6; 7; 8].

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації. 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;
- фінансовий менеджмент, що охоплює аналіз поточного фінансового стану компанії (її прибутковість, кредитоспроможність, платоспроможність ліквідність тощо), тенденцій змін, що відбуваються, оцінку систем та методів фінансового планування, визначення ефективності структури активів та капіталу, інвестиційної політики та поведінки на фінансових ринках;
- підготовку та експертизу інвестиційних проєктів, що забезпечують обґрунтування інституційної та технічної можливості здійснити проєкту, 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 [1; 6-8].

Консалтингова послуга – інтелектуальний продукт, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування. Специфіка консалтингової послуги (рис. 2) полягає в її удаваній невідчутності 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.

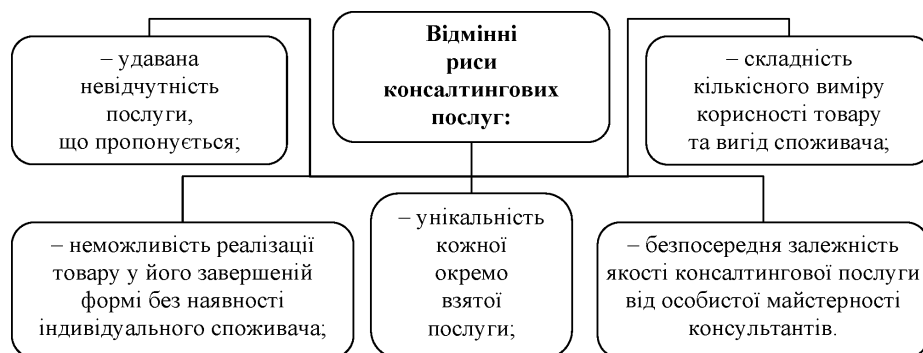


Рис. 2. Особливості товару "консалтингова послуга"

*Узагальнено авторами.

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. У разі успіху клієнт схильний його ототожнювати на стільки із змістом та якістю проведених робіт, скільки із особистістю консультанта. Така персоналізація допомоги обумовлює певну специфіку попиту на ринку консалтингу: купують не лише певні послуги, а й окремих консультантів.

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 вичерпної допомоги для їх вирішення.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають 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.

Консалтинг за своєю сутністю – це допомога, що надається з метою формування позиції та прийняття рішення тими особами, які перебувають в конкретній проблемній ситуації, та в яких недостатньо власних джерел інформації для вирішення певних проблем, з якими вони зіткнулись.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Таким чином, проведене дослідження показало, що консалтинг у будь-якій формі є важливою ланкою фінансового ринку, яка об'єднує науку та практику і має за основну мету доведення наукових розробок у вигляді доступної інформації до конкретних її споживачів. Консалтинг – це допомога з метою формування позиції та прийняття рішення тими особами, які перебувають в конкретній проблемній ситуації, та в яких недостатньо власних джерел інформації для вирішення певних проблем, з якими вони зіткнулись.

Моделюванню фінансових наслідків для конкретних підприємств від надання їм консалтингових послуг слід присвятити подальші наукові пошуки в обраному нами напрямі економічних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Капильцова В. В. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні. / В. В. Капильцова // Вісник Запорізького національного університету. №4 (8), 2010, С. 189-193
2. Безмовний М. Ф. Перспективи аграрного консалтингу: монографія. / М. Ф. Безмовний – Львів : Світ, 2010. – 228 с.
3. Турко В. В. Проблеми діяльності консалтингових фірм. [Електронний ресурс]. / В. В. Турко, О. Р. Кацедан – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8061/1/97.pdf>.
4. Самсонова В. В. Перспективи розвитку управлінського консалтингу в Україні. [Електронний ресурс]. / В. В. Самсонова. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2010_154_2/10svv.pdf.
5. Бейч Э. Консалтинговый бизнес: основы профессионализма / Элейн Бейч ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 272 с.
6. Калачевська Л. І. Удосконалення роботи інформаційно-консультаційної служби в регіоні / Л. І. Калачевська // Вісник Сумського державного аграрного університету. Сер. Фінанси і кредит. – 2000. – №2(9). – С. 105-107.
7. Бойко Г. В. Информационно-консультационные услуги для сельскохозяйственных производителей / Г. В. Бойко // Экономические науки: науч. праці ПФ “КАТУ” НАУ. – 2007. – Вип. 103. – С. 83-89.
8. Ольхова Г. В. Удосконалення господарського механізму інформаційно-консультаційної діяльності в АПК / Г. В. Ольхова // Вісник Сумського національного аграрного університету : науково-методичний журнал. Серія “Економіка та менеджмент”. – 2008. – Вип. 8/1 (31) – С. 23-27.

ЗМІСТ

Атаманчук Ю.М., Гузар Б.С., Шупило О.В. Проблеми формування та функціонування ринку консалтингових послуг в Україні. м. Умань	3
Бечко П.К., Непочатенко Е.А., Боровик П.Н., Колотуха С.Н. Перспективи фінансового оздоровлення суб'єктів аграрного виробництва Черкаського регіону. г. Умань	8
Бечко В.П., Врачинська О.В. Методика визначення типу інноваційної політики підприємств спиртової галузі. м. Умань	17
Гарафонов О.І. Інкорпорація потенціалу змін в стратегічну систему управління промисловим підприємством. м. Київ	24
Городецька М.О. Постіндустріальна перспектива України. м. Ніжин	29
Замлинський В.А. Венчурне інвестування підприємств аграрної сфери. м. Умань	32
Захарченко В.І. Історико-економічний аналіз теорії розміщення промисловості: мікроекономічний рівень. м. Вінниця	37
Кондратюк Д.М. Еволюція наукових підходів до трактування дефініції “маркетинг” та “агромаркетинг”. м. Житомир	43
Момонт Т.В. Моделювання бухгалтерського обліку як складова методики дослідження облікових процесів на підприємствах туристичної індустрії. м. Житомир	47
Нестеренко Н.В. Систематизація індикаторів фінансової стійкості комерційного банку в Україні. м. Запоріжжя	51
Нікітчина О.В. Недержавні пенсійні фонди як елемент диверсифікації пенсійного забезпечення громадян. м. Житомир	56
Олексієвець І.Л. Управління логістичною діяльністю підприємств у туристичній сфері. м. Житомир	62
Пахомова Т.М. Стан та перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні. м. Ніжин	65
Пацалюк К.О. Історія становлення маркетингу та маркетингових комунікацій. м. Житомир	71
Скиба Т.В. Соціально-економічне та інституційне середовище розвитку сільського підприємництва. м. Житомир	74
Стоянова-Коваль С.С. Стратегічне прогнозування розвитку інвестиційної діяльності підприємств харчової галузі. м. Умань	79
Тютюнник О.В. Особливості кредитної політики в аграрному секторі економіки України в період становлення ринкових відносин. м. Запоріжжя	86
Цибульський В.О. Інноваційний потенціал туристичного підприємства та ефективність його використання. м. Житомир	90
Цюцюпа С.В. Формування та аналіз інформаційно-комунікативних технологій в системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств. м. Ніжин	93
Шабатура Т.С. Аксиологічні детермінанти реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу. м. Умань	100
Шиманська В.В. Реструктуризація: концептуальні основи дослідження сутності економічної категорії та світоглядно-методологічне трактування базового категоріального апарату. м. Житомир	105

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

Вимоги до оформлення матеріалів, які подаються до “ВІСНИКА”
Київського інституту бізнесу та технологій

Стаття повинна бути структурована і, відповідно до останніх вимог Департаменту атестації кадрів Міністерства освіти, науки, молоді та спорту України, мати такі елементи:

- 1) постановку проблеми у загальному вигляді;
- 2) аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми;
- 3) формулювання мети статті;
- 4) виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основний матеріал – мінімум 8 сторінок тексту;
- 5) висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі.

Стаття супроводжується:

- 1) рецензією кандидата, доктора наук (для магістрів та аспірантів – наукового керівника);
- 2) супровідним листом від організації, де працює автор;
- 3) відомостями про автора (авторів) (прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, науковий ступінь та вчене звання, коло наукових інтересів, посада, місце роботи, службова адреса, адреса електронної пошти, службовий і домашній номери телефонів);
- 4) електронним носієм інформації (дискета або диск), на якому розміщуються **дві копії** вищезазначених матеріалів (стаття, анотації, відомості про авторів).

Обсяг статті повинен бути в межах від 20 тис. знаків (0,5 др.ак.) до 26 тис. знаків (0,65 др.арк).

Стаття готується у текстовому редакторі Microsoft Word у такому порядку:

- 1) індекс **УДК** (правий верхній кут, жирний шрифт);
- 2) ініціали, прізвище автора (авторів) (правий верхній кут, курсив, жирний шрифт);
- 3) місце роботи, електронна адреса авторів;
- 4) назва статті (посередині, великими літерами, жирний шрифт); (між місцем роботи і назвою один інтервал);
- 5) анотація українською та російською мовами (повинна бути змістовною, а не декларативною); (між назвою статті і анотацією один інтервал);
- 6) після анотації ключові слова (**ключові слова** жирним шрифтом, самі слова звичайним);
- 6) анотація з ключовими словами англійською мовою. Має починатися іменем, прізвищем автора та назвою статті (жирний шрифт).
- 7) сам текст (через інтервал після анотації англійською мовою).

Оформлення статті

- 1) Поля: зверху, знизу, зліва, справа – 2 см.
- 2) Шрифт – Times New Roman, розмір 14 пт., міжрядковий інтервал – 1,5.
- 3) розділи статті виділяються жирним шрифтом;
- 4) при цитуванні – кінцеві посилання (в тексті посилання оформити наступним чином: [1, с.50]).

Оформлення списку літератури

- 1) Список літератури подається відповідно до порядку посилання, згідно останніх вимог ВАК України наступним чином:
 1. Мамардашвили М. Введение в философию / Мераб Мамардашвили. Мой опыт нетипичен. – СПб.: Азбука, 2000. – 400 с. – ISBN 5-267-00287-9.
 2. Сумерки богов / [сб. первоисточников / сост. и общ. ред. А. А. Яковлева]. – М.: Политиздат, 1990. – 398 с. – (б-ка атеистической лит.).
 3. Перспективы метафизики: Классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков: Российский гуманитарный научный фонд Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного центра РАН; ред. Г. Л. Тульчинского и М. С. Уварова. – СПб.: 2000. [электронный ресурс] / Г. П. Тульчинский, М. С. Уваров, Д. Н. Козырев, С. С. Гусев, Г. М. Бревде // Режим доступа: <http://ru.philosophy.kiev.ua/library/ivarov/perspmet/index.html>.
 4. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики / М. Хайдеггер; пер. и примечания А. В. Ахутина и В. В. Бибилина // Вопросы философии. – 1989. – № 9. – с. 116-163.
 5. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук: Философия духа: в 3 т. / Г. В. Ф. Гегель – М.: Мысль, 1977 – Т. 3. – 471 с.
- 2) Слово література розташовується через інтервал після тексту, посередині, курсивом, жирним шрифтом.
- 3) Джерела розташовуються у стовпчик.

Відповідальність за підбір, точність наведених на сторінках збірника фактів, цитат, статистичних даних, дат, прізвищ, географічних назв та інших відомостей, а також за розголошення даних, які не підлягають відкритій публікації, лягає на авторів опублікованих матеріалів. Передрукування матеріалів, опублікованих у збірнику дозволено тільки зі згоди авторів та видавця.

Увага!

- Невідповідність оформлення статті наведеним вище вимогам може бути **приводом відмови у публікації**. Редакція повідомляє авторів тільки про рішення з приводу публікації. Редакція не рецензує подані матеріали, і, у випадку відмови в публікації, не повертає рукопис і не вступає в теоретичні дискусії. Рішення з приводу публікації приймаються протягом одного місяця від дня реєстрації рукопису.
- Не допускається включення у список літератури навчальних посібників, підручників, методичних рекомендацій.

ВПЕВНЕНІСТЬ І ДОВІРА

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ

KiBiT

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ



WWW.KIBIT.EDU.UA

- ЕКОНОМІКА
та ПІДПРИЄМНИЦТВО
- МЕНЕДЖМЕНТ
і АДМІНІСТРУВАННЯ
- ПСИХОЛОГІЯ

- ПІДГОТОВКА
ДО ЗОВНІШНЬОГО
НЕЗАЛЕЖНОГО
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

ВИПУСКНИКИ КУРСІВ ЗАРАХОВУЮТЬСЯ до КІБІТ НА ПІЛЬГОВИХ УМОВАХ

WWW.KIBIT.EDU.UA