

Гончарова М.Л.

Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи
Національного банку України”, м.Суми

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ В УКРАЇНІ

В умовах глобалізації економіки інформація та знання стають рушійною силою інноваційного розвитку суспільства, творча розумова активність набуває статусу пріоритетної стратегічної діяльності. За таких умов функціонування підприємства намагаються набути конкурентних переваг. Сьогодні перемогу в конкурентній боротьбі можна досягти не тільки за умов зростання матеріальних активів, а й шляхом суттєвого підвищення ролі та значення нематеріальних фізично невідчутних результатів інтелектуальної діяльності. Тому стає актуальним управлінське консультування (консалтинг), яке дає можливість залучити специфічний інтелектуальний ресурс, який виступає об'єктивною необхідністю забезпечення довгострокового стратегічного розвитку підприємств.

Сьогодні в Україні існує двосекторна модель економіки консалтингових послуг:

1-й сектор складають приватні незалежні консалтингові та інші професійні (аудиторські, юридичні, тренінгові та т.п.) фірми;

2- й сектор – це збережені держбюджетні, які фінансуються науково-дослідними структурами, що входять до складу Академії наук, галузевих і функціональних міністерств тощо.

1-й сектор має тенденцію до прискореного зростання і працює на ринкових засадах, 2-й – має тенденцію до скорочення, обслуговує в основному органи державного управління.

На ринку України діють як вітчизняні, так і закордонні консалтингові фірми (понад 300). Є також невелика кількість консультантів-одинаків. Щодо внутрішніх консультантів, які є штатними працівниками організації і обслуговують тільки її, то їх звісно більше, але кількість таких робітників важко піддається підрахунку.

Серед проблем, які перешкоджають формуванню кваліфікованого попиту на консалтингові послуги, можна виділити такі: «відчуття» необхідності одержання допомоги, але слабке подання про її зміст, методи й джерела; українські консультанти більш зорієнтовані на свої знання й послуги, ніж на проблеми клієнтів, тому більшість консультантів розглядають свою діяльність як надання експертних знань клієнтам; відсутність інформації при одночасній зацікавленості в одержанні даних про внутрішню ситуацію й зовнішні умови; прагнення до самостійності й соціальні обмеження.

Слід зазначити, що самі менеджери українських підприємств основною причиною відмови від послуг консультантів вважають занадто високі ціни на консалтингові послуги [1].

В умовах кризи перед більшістю керівників підприємств постає питання про необхідність залучення зовнішніх консультантів. Криза відкриває можливість для тих людей, які здатні вживати рішучі заходи. Більшість сучасних керівників вважають, що вони краще знають свій бізнес ніж консультанти, але вони розуміють, що ринок і поведінка покупців в умовах кризи змінюються, доходи компанії зменшуються, а перевірені методи управління бізнесом більше не діють [2]. У цих умовах більшість керівників намагається самостійно вживати необхідні заходи, як правило, вони обирають бездіяльність, а незначна частина намагається вирішувати проблеми шляхом максимального використання внутрішнього ресурсу, через стимулювання персоналу, відповідальність за результати діяльності. Тільки невелика кількість управлінців погоджується запросити консультантів. У ході надання послуг вони не чекають готових рецептів і відповідей на питання. Під час спілкування з

консультантом такі керівники намагаються виявити «вузькі місця» у діяльності, знайти й усунути причини неефективності.

Ефективною є участь консультанта у таких випадках:

- коли проблема носить комплексний, системний характер, для вирішення проблеми необхідно здійснити радикальні комплексні перетворення в системі управління, тобто власники компаній та експерти спільно намагаються побудувати цілісну модель бізнесу, підвищити ефективність роботи компаній;
- коли проблема носить ситуаційний характер, коли перед клієнтом постала проблема, обумовлена перебігом специфічних обставин і не носить рутинного характеру, а потребує оперативного вирішення;
- коли відбувається розходження в поглядах на проблему та шляхи її вирішення між співробітниками організації. У цій ситуації консультант виступає арбітром, який здатен об'єктивно оцінити проблему і запропонувати обґрунтовані шляхи її вирішення.

Отже, сьогодні ринок консультування в Україні більшість експертів оцінюють як епоху навчання. Навчання консультантів роботи з клієнтом, створення власної методології, унікальних продуктів, які вони пропонують на ринок, формування репутації все – це є першочерговим при виборі консалтингової компанії.

Список використаних джерел:

1. Верба В.А. Організація консалтингової діяльності [Текст] : Навч. Посібник. / В.А. Верба, Т.І. Решетняк – К. : КНЕУ, 2000, 244 с.
2. Чому потрібен консалтинг в умовах кризи ? / Бізнес-центр [Електронний ресурс] : – [http// business-centre.com.ua](http://business-centre.com.ua).