

---

---

## СИСТЕМА ТА МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ Й АДМІНІСТРУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

---

---

УДК 338

### ЕКОНОМІЧНИЙ КОНСАЛТИНГ В УПРАВЛІННІ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Васильєв О.В., доктор економічних наук, професор

*Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, Україна*

У статті висвітлюється вплив економічного консалтингу на управління вартістю підприємства, що передбачає комплекс дій, на підвищення ціни активів, при ефективному використанні майна, грошових коштів та інтелектуальної власності. Розглядається вплив ендогенних та екзогенних факторів на вартість підприємства з урахуванням загальноекономічних, ринкових, виробничих, інвестиційних, фінансових та інших обставин. Розглядаються основні складові оцінки потенціалу підприємства, як цілісного майнового комплексу, що включає матеріальні, фінансові та нематеріальні складові. Пропонуються інвестиційні заходи щодо підвищення вартості підприємства та план заходів щодо інвестиційної програми розвитку його діяльності.

Розглядається система управління підприємством як один з головних чинників впливу на його вартість з увагою до корпоративних відносин, що формують особливі відношення на підприємстві від якості яких залежить ефективність роботи підприємства, його вартісна цінність. Розглядається вплив маркетингових заходів у підвищенні вартості підприємства, щодо реклами зробленого продукту, впізнаваності бренду, методів та форм розповсюдження товару.

На підвищення вартості підприємства впливає і кадровий склад, його ефективність, мобільність, кваліфікація та професіоналізм. В залежності від якісного кадрового складу підприємства існує можливість вирішення сучасних завдань конкурентоспроможності та ефективності роботи.

Успішність та конкурентоспроможність підприємства прямо пропорційна його зусиллям та витратам, щодо залучення новітніх засобів виробництва. І саме інноваційні технології та інжиніринг визначають сучасне обличчя підприємства, його ефективність та цінність. Взагалі розглядаються основні форми та види консалтингу, що задіяні в процесі оцінки вартості підприємства, підвищення ефективності його роботи, формування позитивного іміджу фірми.

**Ключові слова:** консалтинг, оцінка, інвестиції, маркетинг, інжиніринг, вартість, корпоративні відносини.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку ринкової економіки, орієнтованої на підвищення вартості підприємства, особливе значення надається спеціалізованим організаціям – консалтинговим фірмам, спроможним допомогти підприємствам налагоджувати ефективну роботу з виробництва товарів та послуг, розробляти інвестиційні та маркетингові плани щодо їх розвитку, тестувати та навчати персонал, і як наслідок таких заходів – суттєво впливати на рівень доходів підприємства, підвищення кваліфікації робітників та загальної капіталізації фірми. Аналіз роботи консалтингових організацій, їх вплив на формування ефективної стратегії розвитку підприємства, та систематизація основних видів діяльності щодо підвищення вартості підприємства є досить актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика консалтингових послуг в області діяльності та розвитку підприємства через формування процесу постійного надання висококваліфікованої допомоги з актуальних питань економічного характеру досліджена у працях М. Ф. Безкровного, І. В. Гондаревої, А. Жуковської, М. Зильберман, А.Е. Кононюк, О. О. Охріменко, А. Д. Кухарук, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, П. Т. Форсайт та інших.

**Метою статті** є аналіз та класифікація основних видів консалтингових послуг, що впливають на формування вартості підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Економічний консалтинг, як система надання професійних послуг в області управління підприємством, плануванням його діяльністю, організації роботи та навчання персоналу, виконує значну роль в практиці управління вартістю підприємством, як одним з напрямків підвищення його платоспроможності, конкурентоздатності та ефективності.

Управління вартістю підприємством передбачає комплекс дій, на підвищення ціни активів, при ефективному використанні майна, грошових коштів та інтелектуальної власності. Такі заходи,

насамперед, залежать від вірних управлінських рішень, реального потенціалу підприємства та сучасної ринкової кон'юнктури.

На вартість підприємства впливають внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні) фактори (рис.1).

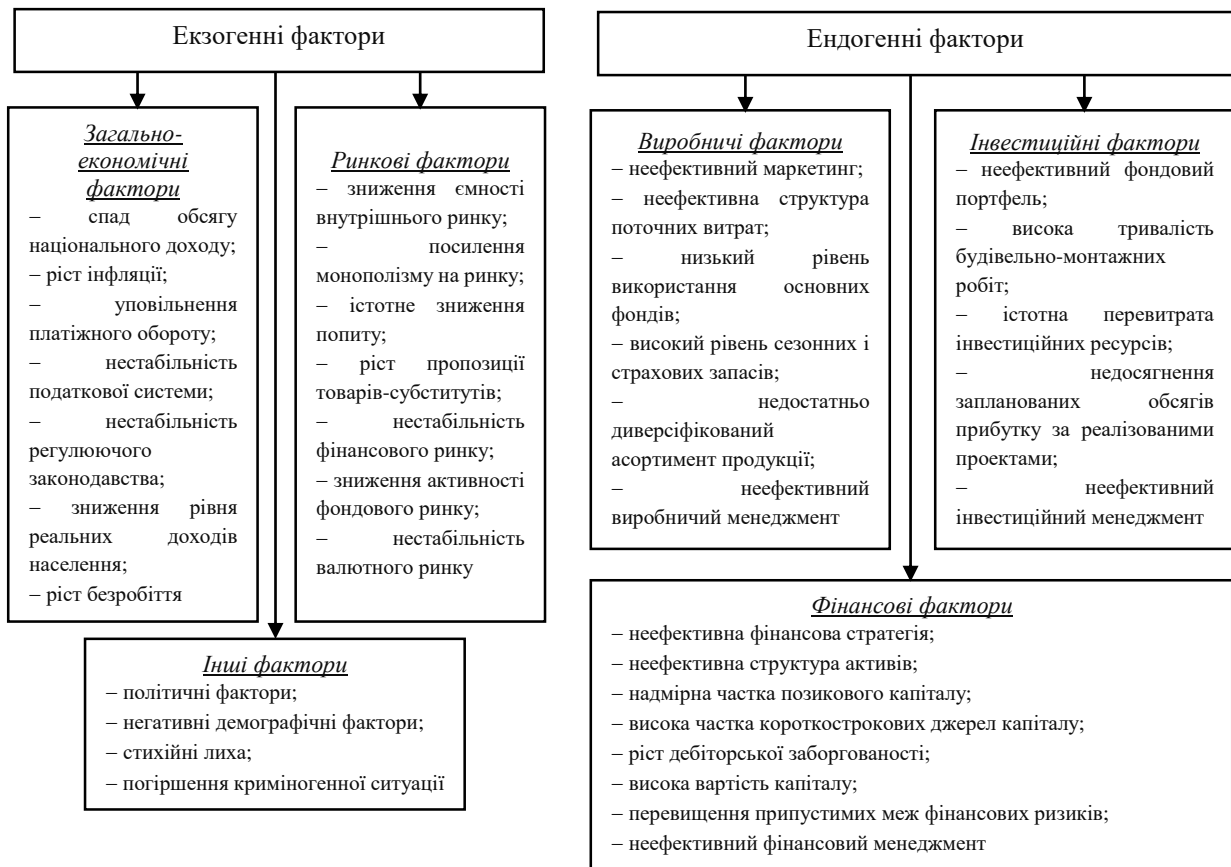


Рисунок 1 – Фактори впливу на вартість підприємства

Оцінку факторів впливу на вартість підприємства можуть проводити як спеціалізовані консалтингові організації, так (по деяким пропозиціям) і безпосередньо менеджмент. Така оцінка дозволяє виявляти «вузькі місця» і зосереджуватись на їх подоланні.

В залежності від цілей та складності завдань з оцінки та підвищення вартості підприємства використовують експертний, проектний та процесний консалтинг. Такі види економічного консалтингу дозволяють проводити роботу з консультувань як на відстані (аутсорсинг) так і безпосередньо на підприємстві, на разовій та регулярній основах.

Вартість підприємства, як цілісного майнового комплексу включає матеріальні, фінансові та нематеріальні складові.

Оцінку таких активів, в залежності від цілей, проводять сертифіковані оцінщики майна, аудитори, експерти та спеціалісти за напрямком, з залученням бухгалтерії, інших економічних служб та підрозділів. Оцінка реальних активів, дозволяє регулювати дії з управління майном, позбавлятися неефективних речей та планувати придбання перспективних активів. Проведення такої оцінки є першим кроком, до об'єктивного почуття можливостей розвитку підприємства, його потенціалу.

В залежності від напрямку діяльності підприємства, його галузевої та промислової (непромислової) спрямованості, змінюється і роль матеріальної чи нематеріальної складової. Треба відзначити, що підходи до оцінки таких складових значно відрізняються, і потребують часу та залучення вузькопрофільних спеціалістів з особливих напрямків.

Управління вартістю підприємства передбачає план заходів щодо інвестиційної програми розвитку діяльності. Така програма повинна враховувати найближчі заходи щодо оновлення основних засобів, залучення фінансових ресурсів, боротьбу з конкурентами, розширення ринкового впливу, розробки бізнес-планів та взагалі інвестиційної стратегії.

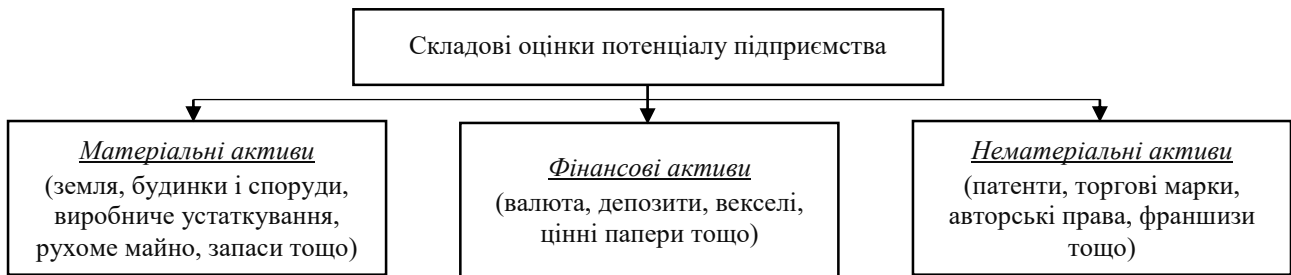


Рисунок 2 – Складові оцінки потенціалу підприємства

Система управління підприємством вважається одним з головних чинників впливу на його вартість. Від якості керування, належної комунікації між підрозділами та завчасного виконання завдань залежить ефективність роботи підприємства, його вартісна цінність.

Особливого значення якісне управління підприємством набуває при корпоративних відносинах, коли існує декілька співвласників. Кількість співвласників, їх здатність співпрацювати та вирішувати негайні проблеми, корпоративна культура та атмосфера, злагодженість трудового колективу, професіоналізм адміністрації – це головні чинники успішної діяльності.

Сучасне корпоративне управління, як правило розглядають на прикладах функціонування акціонерних товариств, як найбільш характерних форм існування корпоративних відносин. В залежності від форми АТ, кількості емітованих акцій, допуску цінних паперів на організований фондовий ринок, кількості акціонерів, залучення професійних учасників фондового ринку, виплати дивідендів та інших параметрів – формуються особливості розрахунку вартості підприємства.

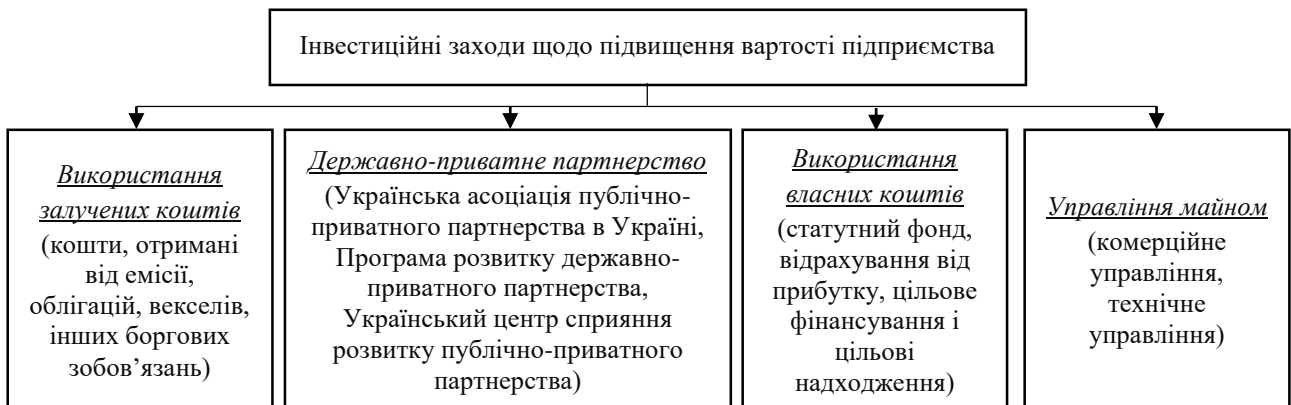


Рисунок 3 – Інвестиційні заходи щодо підвищення вартості підприємства

Взагалі, можна виділити економічні, організаційні, соціальні, ринкові, фондові та корпоративні елементи впливу на вартість підприємства.

Консалтинг в області управління корпоративними відносинами включає:

- розробку системи управління корпоративним підприємством;
- подолання (при наявності) корпоративних конфліктів;
- супроводження випуску, розміщення та обігу цінних паперів;
- залучення інвесторів для участі в корпоративному підприємстві;
- визначення вартості акціонерного капіталу;
- залучення фінансових посередників для купівлі-продажу цінних паперів товариства, андеррайтингу;
- нарахуванні та виплати дивідендів;
- управління активами підприємства.

Важливу роль у підвищенні вартості підприємства грають маркетингові заходи, щодо реклами зробленого продукту, впізнаваності бренду, методів та форм розповсюдження товару. Витрати на такі заходи прямо-пропорційні росту продаж, розширення кола клієнтів, більшого охоплення сегментів ринку.

Маркетингові засоби, як правило, передбачають залучення спеціалізованих організацій, які розробляють особливі плани рекламних заходів сприяючих розвитку підприємства. Такі заходи, в залежності від напрямків діяльності, передбачають:

- інформування суспільства про роботу підприємства;
- просування окремих видів товарів, чи груп товарів підприємства;
- просування самого підприємства як виробника товарів для визначених сегментів ринку;
- комунікаційні засоби зв'язку;
- створення позитивного іміджу підприємства та ін.

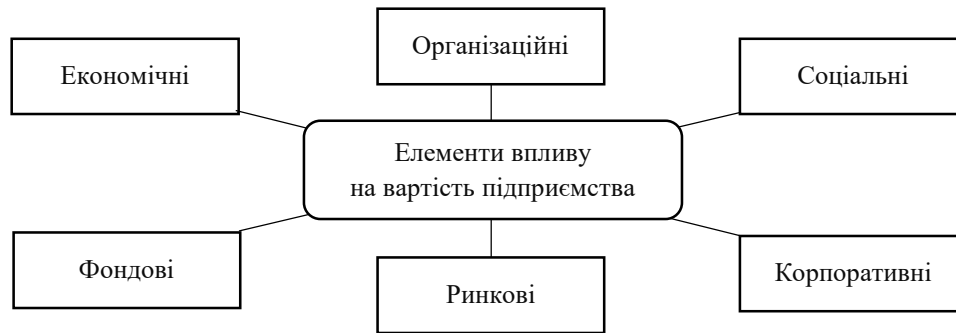


Рисунок 4 – Елементи впливу на вартість підприємства

Деякі сучасні форми маркетингу приведені на рис. 5.

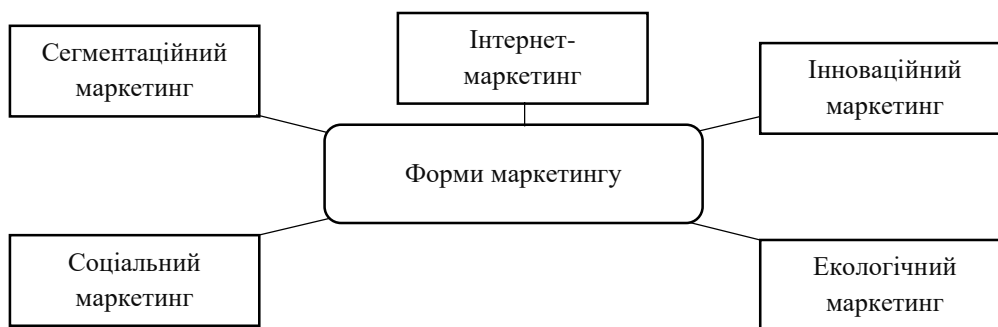


Рисунок 5 – Сучасні форми маркетингу

Маркетинговий консалтинг передбачає створення умов просування товару з застосуванням сучасних форм і методів комунікацій, вперш за все інтернет технологій та соціальних мереж. Вони передбачають стимулювання збуту, зв'язки з суспільством, прямий маркетинг.

Як правило, витрати на проведення маркетингових заходів, щодо підвищення рівня продаж та просування товару, грають значну роль у підвищенні вартості підприємства, його в пізнаваності та прибутковості.

На підвищення вартості підприємства впливає і кадровий склад, його ефективність, мобільність, кваліфікація та професіоналізм. В залежності від якісного кадрового складу підприємства існує можливість вирішення сучасних завдань конкурентоспроможності та ефективності роботи.

Кадровий консалтинг – один з найбільш викликаних видів консалтингу у сучасних умовах господарювання, який має багато форм і технологій. Він передбачає дослідження персоналу підприємства, розробку правил та форм комунікацій всередині колективу, анкетування та інтерв'юювання членів трудового колективу та кандидатів на роботу, проведення заходів з підвищення кваліфікації, залучення тренерів, педагогів, спеціалістів та вчених для проведення тематичних семінарів, тренінгів, навчальних заходів.

Заходи з кадрового консалтингу передбачають складення кваліфікаційного та психологічного портрету працівника, аналіз його професійної компетентності та психологічної сумісності, рекрутинг (тобто підбор спеціалістів), формування команди.

До заходів щодо підвищення кваліфікації працівників, як правило залучають спеціалізовані консалтингові організації, які спеціалізуються на проведенні тематичних тренінгів.

Сучасний розвиток підприємства неможливий без застосування нових технологій, ідей, інноваційних розробок. Успішність та конкурентоспроможність підприємства прямо пропорційна його

зусиллям та витратам, щодо залучення новітніх засобів виробництва. І саме інноваційні технології та інжиніринг визначають сучасне обличчя підприємства.

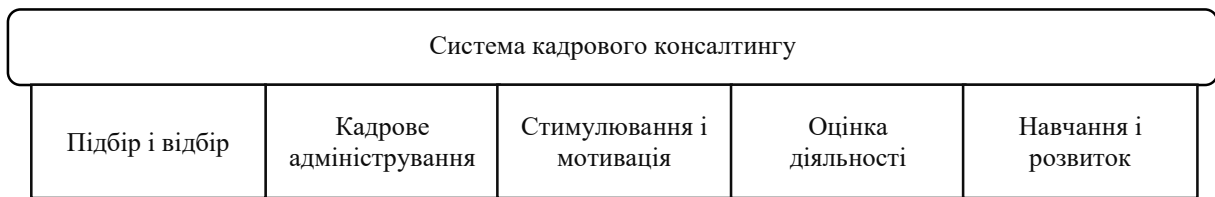


Рисунок 6 – Система кадрового консалтингу

Інжиніринг, як процес надання інженерно-консультаційних послуг, зв'язаних з розробкою та підготовкою виробничого процесу, передбачає наявність спеціалізованої інфраструктури та кваліфікаційних можливостей, які надають як правило крупні спеціалізовані компанії.

Консалтингові послуги технологічного характеру передбачають спеціалізації за видами діяльності. До основних видів інжинірингу відносять:

- будівельний інжиніринг;
- експлуатаційний інжиніринг;
- комп'ютерний інжиніринг;
- міжнародний інжиніринг;
- комплексний інжиніринг.

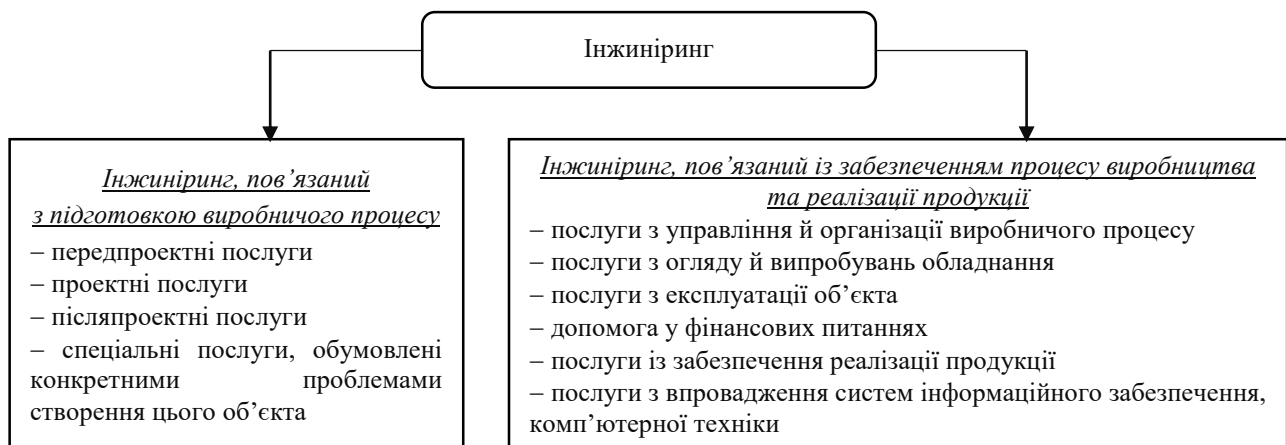


Рисунок 7 – Види інжинірингових послуг

Залежно від складності інженерно-консультаційних робіт, консалтингові послуги з інжинірингу передбачають масштабні, багаторівневі та багатостадійні дослідження, з залученням різних фахівців.

**Висновки.** Управління вартістю підприємства – це складний, багаторівневий процес, який передбачає залучення висококваліфікованих фахівців консалтингових організацій. Такі організації надають послуги правового, економічного та технологічного характеру з аналізу, впровадженню та контролю за якістю роботи підприємства, підвищенню ефективності його роботи та конкурентоспроможності. До основних видів консалтингових послуг з підвищення вартості підприємства відносять: інвестиційний консалтинг, маркетинговий консалтинг, кадровий консалтинг, інжиніринг та консалтинг в області управління корпоративними відносинами.

#### Література

1. Безкровний М.Ф. Організація інформаційно-консультаційної діяльності / М.Ф. Безкровний, М.Ф. Кропивко, Ю.І. Палеха, Т.Д. Іщенко. – Київ: «Ліра-К», 2014. - 180 с.
2. Блинов А.О. Управленческое консультирование / А.О. Блинов, В.А. Дресвянников. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013.- 212 с.
3. Гондарева І.В. Управління консалтинговою діяльністю / І.В. Гондарева. - Х.: ХНЕУ, 2010. – 134 с.
4. Дударь А.П. Стратегія маркетинга консультаційних послуг в перехідній економіці / А.П. Дударь. – Симферополь: Таврида, 2006. – 123 с.
5. Жуковська А. Перспективи розвитку кадрового консультування в Україні / А. Жуковська // Галицький економічний вісник. – 2009. – №1. – С. 51-56.

6. Зильберман М. Консалтинг: методы и технологии / М. Зильберман. – СПб.: ПИТЕР, 2006. – 541 с.
7. Иванов М.С. Руководство по маркетингу консалтинговых услуг / М.С. Иванов. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 138 с.
8. Кононюк А.Е. Консалтология. Общая теория консалтинга / А.Е. Кононюк. – К.: Освита України, 2011. – 522 с.
9. Курбатова О.В. Развитие рынка консалтинговых услуг / О.В. Курбатова. – М: Юнити, 2005. – 241 с.
10. Лабутин К.М. Управленческое консультирование: менеджмент-консалтинг / К.М. Лабутин. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 96 с.
11. Маринко Г.И. Управленческий консалтинг / Г.И. Маринко. – М: Инфра-М, 2005. – 142 с.
12. Охріменко О.О. Міжнародний консалтинг / О.О. Охріменко, А.Д. Кухарук. – Київ: НТУУ «КПІ», 2016. – 184 с.
13. Палеха Ю.І. Інформаційний бізнес / Ю.І. Палеха, Ю.І. Горбань. – Київ: «Ліра-К», 2015. – 341 с.
14. Форсайт П. Консалтинг. Как основать консалтинговое агентство и добиться успеха / П. Форсайт. – М.: Издательство: «Эксмо», 2007. – 173.

## References

1. Bezкровnyy, M.F. (2014) Organization of information and consulting activities. Kyiv: «Lira-K» (in Ukr.).
2. Blinov, A.O. (2013) Managerial counseling: A textbook for masters. Publishing and Trade Corporation. Moscow: «Dashkov and K» (in Rus.).
3. Dudar, A.P. (2006) Marketing Strategy for Advisory Services in Transition Economics. Simferopol: Tavrida (in Ukr.).
4. Forsyte, P. (2007) Consulting. How to set up a consulting agency and succeed. Moscow: Exmo (in Rus.).
5. Gontareva, I.V. (2010) Management of consulting activity. Kharkov: XHEУ (in Ukr.).
6. Ivanov, M.S. (2003) Marketing Consultancy Services Guide. Moscow: Alpina Publishers (in Rus.).
7. Kononyuk, A.E. (2011) Konsultologiya. General Theory of Consulting. Kyiv: Oswita of Ukraine (in Ukr.).
8. Kurbatova, O.V. (2005) Development of consulting services market. Moscow: Unity (in Rus.).
9. Labutin, K.M. (2010) Management consulting: management consulting. Moscow: The book lab (in Rus.).
10. Marinko, G.I. (2005) Management consulting: Training manual. Moscow: Infra-M (in Rus.).
11. Okhrimenko, O.O. (2016) International consulting. Kyiv: NTUU «KPI» (in Ukr.).
12. Palekh, Yu.I., Gorban, Yu.I. (2015) Information Business. Kyiv: «Lira-K» (in Ukr.).
13. Zhukovskaya, A. (2009) Prospects for the development of human resources counseling in Ukraine. Galician Economic Bulletin, 51-56 (in Ukr.).
14. Zilberman, M. (2006) Consulting: Methods and Technologies. SPb: Peter (in Rus.).

Стаття надійшла до редакції 17.08.2017.