

Продіус Ю.І.
к.е.н., доцент,
кафедра менеджменту та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Манічева А.В.
магістрант кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет

СУЧАСНІ АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ

Консультаційні послуги та управлінське консультування набули широкого застосування в процесі появи промислового періоду, коли почала розвиватись структуризація управлінського досвіду. Підприємства почали адаптуватись до змін ринкової економіки, поглядів клієнтів, розвивати та вдосконалювати методологію процесу консультування для підвищення рівня консультантів. На даний момент у світовій діяльності представлені масштабні консалтингові фірми: «Deloitte & Touch Tohmatsu International», «Arthur Andersen & Co SC», «PriceWaterhouseCoopers», «Ernst & Young», «BeckerMkenzi», «DR. Wieselhuber & Partner».

В українській економіці управлінське консультування сформувалось в період потреби соціально-економічного розвитку.

У 1992 р. в Україні була створена Асоціація консалтингових фірм «Укрконсалтинг». Головною метою цієї структури було створення консультантів-посередників для забезпечення процесу масової приватизації в Україні. Ініціатором створення «Укрконсалтингу» був ФДМУ (Фонд державного майна України) [1].

Консалтингові послуги – це професійна допомога, що надається фахівцями з управління керівникам та управлінському персоналу різних підприємств і організацій у рішенні проблем їхнього функціонування та розвитку, у формі рекомендацій і спільно вироблюваних рішень [2].

Консалтингова діяльність, як правило, надається на комерційній договірній основі, в якій консультант проводить аналіз виявлення проблеми, пропонує розробку вирішення та надає поради чи пропозицій по її усуненню.

Головною задачею управлінського консультування є формування відповідної та правильної стратегії, пошук нових інструментів для розвитку діяльності підприємства, використання сучасних моделей та методів.

Методи управлінського консультування – це способи виявлення, аналізу та розв'язання управлінських проблем підприємств-замовників [3]. Вони діляться на два види: традиційні та нетрадиційні методи.

Сутність традиційного методу лежить в аналізі всього стану підприємства на основі виявлення інформації за допомогою методів спостереження та опитування, які можуть бути як у письмовій формі так й в усній.

Нетрадиційний метод включає в себе метод «дерева» цілей, метод контент-аналізу, метод граф-проблем та метод «оцінкової решітки».

Також сучасними аналітичними методами управлінського консультування, які широко використовують консалтингові фірми в своїй діяльності, є:

1. Спостерігання (збір та обробка інформації).
2. Порівняння (виявлення подібностей чи відмінностей).
3. Аналіз та синтез (способи та прийоми, за допомогою яких проводиться дослідження).
4. Експеримент (створювати різні ситуації для збору та обробки інформації).
5. Індукція та дедукція (процес пізнання, використання стандартних наукових ситуацій для дослідження конкретного вирішення).
6. Метод моделювання (постановка завдання, створення чи вибір моделі, дослідження моделі, перенесення результатів на оригінал) [1].
7. Метод узагальнення (розширення властивостей, тенденцій розвитку та інше).
8. Системний метод (дослідження складних об'єктів в умовах невизначеності).
9. Метод формалізації (абстрактне вираження точних понять).
10. Експертний метод (результати та підсумки, які базуються на судженнях експертів).
11. Гіпотетичний метод (базується на наукових припущеннях).
12. Метод абстрагування (додавання нової інформації для вирішення завдань).
13. Функціонально-системний метод (дослідження окремо кожного складного об'єкта-системи).

Отже, для того щоб консалтингові фірми мали можливість чітко та вірно сформулювати для підприємств етапи, стратегії та інструменти розвитку необхідно використовувати методи управлінського консультування для вивчення всіх можливостей та загроз як зовнішніх та й внутрішніх.

Список використаних джерел

1. Гончарова М.Л., Ринок консультаційних послуг в Україні / М.Л. Гончарова, Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Наукова індустрія Європейського континенту», серія «Економічні науки», 27.11-05.12 2009 р. м. Прага. – С. 55-58.
2. Продиус Ю.І., Основи управлінського консультування: консп. лекц. / Ю.І. Продиус – Одеса: видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2009. – 101 с.

3. Токмакова Н.О. Основы управленческого консультирования: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по дисциплине, банк тестов по дисциплине, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М. 2004. – 226 с.

Проскуріна М.О.

д.е.н., доцент,

кафедра івент-менеджменту,

фешн та шоу-бізнесу

Київський університет культури

АНАЛІТИЧНІ ПОКАЗНИКИ ДИНАМІКИ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Культурні і креативні індустрії – це нова аналітична категорія для визначення промислових компонентів економіки, в яких елементи культури є ресурсом, змістом та середовищем. Вона представлена об'єктами інтелектуальної власності, які також можуть формувати капітал підприємства. Таке визначення було прийнято в більшості країн світу, які прагнуть оцінити потенціал креативного сектору, а також розробити нову економічну політику з урахуванням його динаміки. Креативні індустрії розглядаються в якості і чинника, і елемента соціально-економічної системи.

Креативний капітал регіону включає в себе особливості соціокультурного середовища та рівень розвитку його інфраструктури. Він є передумовою стійкої привабливості регіону для представників креативного класу завдяки можливості створення нових робочих місць та ринку культурних/креативних товарів і послуг. Креативний потенціал забезпечує економічний результат.

Основні області, що мають бути охоплені аналітичними показниками при виявленні економічного значення креативності є:

1. Економічний внесок творчих галузей, їх частка у ВВП країни
2. Рівень зайнятості в культурних і креативних індустріях.
3. Показники торгівлі в креативному секторі та місткість ринку.
4. Економічний внесок електронної комерції
5. Інноваційний потенціал підприємницького сектора, інноваційна діяльність і застосування патентів, захист інтелектуального права власності.

Творчість принципово відрізняється від традиційних, матеріальних чинників виробництва. Це умовно нескінченно поновлюваний ресурс, здатний до постійного відновлення та зростання [2]. Концепція економіки культури і креативності П. Ромера базується на моделі 5К (5C): «культурний капітал», «креативний капітал», «людський капітал», «інституційний і структурний капітал» та «результати креативності». Накопичені ефекти елементів моделі є «результатами креативності» і становлять основу індексу креативності. Разом з