

УДК 332:314.3

Горбань С.Ф.

канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

АНАЛІЗ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Незважаючи на зростаючий попит і високу ефективність консалтингу, просування бізнес-консалтингових послуг є дуже складним процесом, насамперед через невловимість послуг і складність в оцінці ефективності рекомендацій. Це зумовлено тим, що здебільшого консультанти не займаються реалізацією проекту і не можуть відповідати за коректне виконання всіх порад. Крім того, необхідно відзначити наявність тривалого проміжку часу між моментом розроблення рекомендацій та отриманням ефекту. У зв'язку з цим просування консалтингових послуг ускладнене, особливо на початкових етапах, коли у консультантів ще немає «імені» та довіри з боку клієнтів.

Експерти виокремлюють такі основні чинники, що визначають особливості просування консалтингових послуг:

- вузька цільова аудиторія;
- низький рівень залучення консультантів;
- низький рівень розвитку кооперації всередині галузей.

Незважаючи на серйозність перешкод, консалтингові компанії знаходять можливості просування своїх послуг. Розглянемо основні способи просування консалтингових послуг на основі опитування, проведеного компанією Business Consulting Buzz.

1. Блоги - це своєрідний спосіб PR, коли консалтингові компанії просувають свої послуги на різних інформаційних майданчиках, що дає змогу консалтинговій компанії використовувати адресне звернення та індивідуально підходити до кожного клієнта

2. «Холодні» дзвінки - дзвінки в компанію без попередньої домовленості та наявних контактів. Незважаючи на те, що цей канал просування нині використовується дедалі рідше, він залишається популярним

для просування консалтингових послуг у зв'язку з можливістю індивідуального підходу до кожного клієнта.

3. Адресна розсилка електронною поштою або іншими методами. Цими методами здебільшого користуються невеликі компанії, які орієнтуються на регіональний попит. Здебільшого це сприймається як спам, але цей тип розповсюдження більш ефективний, ніж реклама в засобах масової інформації.

4. Канал просування, коли консалтингова компанія є частиною холдингу і надає послуги іншим компаніям всередині холдингу. Іноді консалтингові компанії утворюються саме для цих цілей.

5. Прямий маркетинг є ключовими способами просування консалтингових послуг, коли консультанти розвивають довгострокові відносини зі своїми клієнтами. Цей канал просування призводить до збільшення повторних замовлень з боку компанії замовника.

6. Банерна реклама і спам-розсилка більшою мірою популярні для маленьких консалтингових компаній, що дає змогу робити масові адресні розсилки і розширювати свою клієнтську базу. Однак відсутність індивідуального підходу призводить до зниження ефективності та слабкої віддачі.

7. Організація та участь у спеціалізованих заходах (презентації та семінари). Один із найефективніших методів просування консалтингових послуг. Дає змогу не тільки продемонструвати експертні знання, а й отримати контакти потенційних клієнтів і можливі проекти.

8. Реклама в спеціалізованих друкованих виданнях. Мало використовується великими консультантами у зв'язку з низькою віддачею.

9. Відгуки та посилання компаній-клієнтів є своєрідним видом розвитку довгострокових стосунків і PR, коли компанії-замовники не тільки роблять повторні замовлення, а й рекомендують консалтингову компанію іншим.

10. Соціальна реклама - один із підтипів PR-діяльності, коли компанії-консультанти беруть участь у соціальних заходах.

11. Написання статей у різних наукових виданнях, а також у журналах.

Найбільш ефективним способом просування послуг для консалтингової компанії є розвиток довгострокових відносин і PR. підтримання стосунків є основою формування у потенційного замовника чіткого зв'язку між консалтинговими послугами та виконавцями цих послуг.

Аналіз консалтингового ринку в Україні говорить про поступове розширення сегмента та збільшення кількості компаній з консалтингу навіть у несприятливих умовах сьогодення. Сучасний український консалтинг постійно налаштовується на міжнародні стандарти: підвищує кваліфікацію фахівців та збільшує кількість та якість послуг. Фактично, ринок консалтингу

в Україні вже сформований та охоплює різноманітні послуги для бізнесу. Однак він постійно змінюється внаслідок впливу різноманітних факторів.

Консалтингові послуги мають попит під час військових дій в Україні. Це зумовлено потребою бізнесу в адаптації до викликів воєнного часу. Нові реалії вимагають оптимізації процесів бізнесу, пошуку нових контактів та джерел інформації. Підприємці змушені освоювати нові ринки, в тому числі й закордонні, та потребують допомоги кваліфікованих спеціалістів в розвитку експорту. Підприємці потребують консультацій з питань релокації бізнесу, запуску виробництва, що було зупинено через бойові дії, його налагодження, оновлення логістичних ланцюжків тощо.

В умовах сьогодення ризику дуже високі, і консалтинг високої якості дає можливість отримати нові шляхи для розвитку або утримати позиції на ринку та зберегти бізнес.

Головною перевагою консалтингу є можливість підприємцям отримувати доступ до знань та досвіду фахових експертів з різних сфер. Робота з консалтинговими компаніями буде корисною представникам малого та середнього бізнесу, які можуть не мати достатнього досвіду або ресурсів для розв'язання складних задач. Залучення ефективного консалтингу є дієвим інструментом для розвитку бізнесу та дозволяє компаніям зосередитись на головних цілях, отримати ефективні інструменти та способи їх досягнення. За головними рейтингами, до лідерів на українському ринку відносять: Baker Tilly, BFM Group Ukraine, Pro-Consulting, SECL Group Ukraine, Smart Capital, SV Development та інші.

Однією з проблем консалтингового сектору є відсутність порогу входження в бізнес. Теоретично, будь-яка людина може називати себе консультантом і намагатись продавати послуги з консалтингу. Таким чином на ринку виникає велика кількість псевдоконсультантів, які не мають реального досвіду у цій сфері та не можуть надавати якісні послуги. Також значна кількість компаній з консалтингу ведуть свою діяльність у вигляді «продажу документів» тобто, розробкою різноманітних інструкцій та регламентів, передачею їх клієнту. В таких ситуаціях компанії-клієнти не можуть оцінити ефективність наданих рекомендацій.

За останні декілька років на ринку спостерігається найбільший попит на такі категорії консалтингових послуг:

ІТ-консалтинг. Це обумовлено системним впровадженням відповідних технологій на підприємствах, оснащенням комп'ютерною технікою, швидким зростанням цифрових технологій, потребою у використанні нових комунікаційних каналів, побудовою внутрішніх мереж та іншими факторами.

Консультації з маркетингу. Клієнтам необхідні складні та комплексні рішення у сфері маркетингу, в тому числі програми розвитку на

регіональному рівні, впровадження та розробка галузевих і продуктових стратегій.

Управління персоналом. Попит на консультації з управління персоналом тісно пов'язаний з потребою в підборі фахівців в різних галузях, що особливо актуально під час воєнних дій, оскільки спостерігається

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Пустовіт О.Г. Консалтинг як ефективний інструмент розвитку бізнесу в Україні / О.Г. Пустовіт, А.В. Гладиш, І.І. Бойко // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. Том 3–№ 84 – 2023–С.66-73.

2. Аналіз консалтингового ринку в Україні. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://blog.youcontrol.market/analiz-konsaltinghovogho-rinku-v-ukrayini/> (дата звернення 20.03.2025)