

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ ЩОДО КОН'ЮНКТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Федоренко І.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У роботі розглянуто проблеми маркетингу консалтингових послуг що передбачають: визначення типів консалтингових продуктів, які може запропонувати консультативна фірма; аналіз кон'юнктури ринку консалтингових послуг; сегментування та вибір цільової групи споживачів; систему просування консалтингових послуг; продаж консалтингової послуги; утримання клієнтів.

При аналізі кон'юнктури ринку консалтингових послуг з'ясовують потенційну місткість ринку, тенденції та перспективирозвитку консалтингового бізнесу та ринку послуг з консультування; рівень доступності ринку; стан конкуренції на ринку; поведінку конкурентів, їхні сильні та слабкі сторони.

Основні завдання кон'юнктурних досліджень на промислових підприємствах – це збір і обробка інформації; характеристика масштабу(обсягу ринку); виявлення, аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку; оцінка і аналіз коливання, сезонності і циклічності розвитку ринку; оцінка і аналіз ділової активності; характеристика ступеня монополізації та інтенсивності конкуренції.

Можна виділити два рівня реалізації основних завдань кон'юнктурних досліджень на промислових підприємствах:

- на першому (оціночному) рівні здійснюється аналіз ринкової кон'юнктури ,який повинен охарактеризувати масштаби і типологію ринку, його головні пропорції, вектор і швидкість зміни основних параметрів, рівень стійкості розвитку;

- на другому (оціночному) рівні виявляються причинно-наслідкові зв'язки, умови виникнення ринкової ситуації, прогнозується ринкова кон'юнктура та надаються висновки про перспективність розвитку ринку з позицій маркетингу.

Таким чином, можна зробити висновок, що отримання інформації про стан, тенденції та перспективи розвитку кон'юнктури є необхідною умовою успішного проведення кон'юнктурних досліджень на промислових підприємствах та її можна отримати за допомогою кон'юнктурних індикаторів, визначення ступеня та напрямів впливу факторів, прогнозування кон'юнктури з метою прийняття раціональних управлінських рішень щодо розвитку промислових підприємств.

Література:

1. Долбнева Д. В. Дослідження місця та ролі консалтингових компаній в організації обліку сучасного підприємства. ScienceRise. 2016. № 10(1). С. 6-11.
2. Колісник Г. М. Характеристика методів управлінського консультування. Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аналізу, аудиту, звітності і оподаткування в умовах євроінтеграції : праці II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції м. Ужгород, 16 квітня 2020 р. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. С154-158.