

ISSN 2307-5740
DOI 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

2020, № 4, Том 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi National University

Economic sciences

2020, Issue 4, Part 2

Хмельницький 2020

УДК 339.138. 334.02:657

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4(2)-30

КОЛІСНИК Г. М., ЛЕВКУЛИЧ В. В.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ ОБЛІКОВИХ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ринкове середовище формує попит на консультаційні послуги, тому і є рушієм для створення і функціонування консалтингового підприємства. Успішність продажу консультаційних консалтингових послуг значною мірою залежить від рівня кваліфікації консультанта. В консалтингових компаніях провідних країн світу значного поширення набуває практика облікових консалтингових послуг у різних своїх проявах: по організації і веденню бухгалтерського обліку та складанню фінансової звітності аутсорсинговими чи консалтинговими компаніями.

Саме тому, поширення практики використання послуг з облікового консалтингу підприємств та організацій з питань організації облікової роботи серед вітчизняних підприємств в умовах соціально-економічних трансформацій, а також доцільності надання таких послуг з питань ведення бізнесу та складанням звітності за міжнародними стандартами набуває особливої актуальності та важливості.

Метою статті є обґрунтування необхідності та ефективності використання послуг з облікового консалтингу та їх реалізації задля підвищення якості та ефективності організації облікового процесу підприємств та організацій.

Досліджено стратегічні напрями реалізації облікових консалтингових послуг включають в себе систему певних підходів. Розглянуто напрями реалізації облікових консалтингових послуг які включають в себе: особливості ціноутворення в організації; особливості послуг, що надаються; орієнтир на залучення додаткових клієнтів та їх обслуговування; базуються на принципах фінансового та якісного контролю діяльності організації та орієнтовані на розвиток персоналу підприємства.

З'ясовано, що організація продажу консалтингових послуг включає в себе: рекомендації та обмін інформацією серед клієнтів стосовно консалтингових фірм; реклама консалтингової компанії; якісні консалтингові послуги та продукти; професійні публікації (монографії, довідкові на навчальні посібники, методичні рекомендації, статті, інформаційні бюлетені); проведення та участь у семінарах, тренінгах, конференціях, круглих столах, засобах масової інформації; участь консультантів у роботі асоціацій та інших об'єднань; надання добровільної допомоги підприємствам.

Визначено, що стратегія консалтингової компанії, розрахована на довгостроковий період, стосується найважливіших аспектів функціонування фірми; визначення діапазону послуг; визначення базових клієнтів; визначення технологічної стратегії; визначення розміру та темпів зростання компанії; взаємодія з конкурентним середовищем.

Стратегічні напрями реалізації облікових консалтингових послуг та визначення ефективної цінової політики є запорукою успіху реалізації маркетингу облікових консалтингових послуг. Користуючись послугами облікового консалтингу, клієнт має розуміти про додатковий спектр послуг, які включає в себе консалтингове підприємство. Організація та ведення бухгалтерського обліку в умовах консалтингових підприємств зумовлює виникнення особливостей в частині документального і кадрового забезпечення виконання обов'язків замовником та виконавцем.

Ключові слова: маркетинг консалтингових послуг; облікові консалтингові послуги; напрями реалізації облікових консалтингових послуг, стратегія консалтингової компанії

KOLISNYK H., LEVKULYCH V.

Uzhgorod National University

MARKETING STRATEGY OF ACCOUNTING CONSULTING SERVICES IN UKRAINE

The market environment forms the demand for consulting services, and therefore is the driving force for the establishment and operation of a consulting company. The success of the sale of consulting consulting services largely depends on the level of qualification of the consultant. In consulting companies of the world's leading countries, the practice of accounting consulting services is becoming more widespread in its various manifestations: the organization and maintenance of accounting and financial reporting by outsourcing or consulting companies.

That is why the spread of the practice of using accounting consulting services for enterprises and organizations on the organization of accounting work among domestic enterprises in the context of socio-economic transformations, as well as the feasibility of providing such services for doing business and reporting according to international standards becomes especially relevant and important.

The purpose of the article is to substantiate the need and effectiveness of the use of accounting consulting services and their implementation to improve the quality and efficiency of the accounting process of enterprises and organizations.

The strategic directions of realization of accounting consulting services include a system of certain approaches are investigated. The directions of realization of accounting consulting services which include: features of pricing in the organization are considered; features of provided services; benchmark for attracting additional customers and their service; based on the principles of financial and quality control of the organization and focused on the development of enterprise personnel.

It was found that the organization of the sale of consulting services includes: recommendations and exchange of information among clients regarding consulting firms; advertising of a consulting company; quality consulting services and products; professional publications (monographs, reference books, guidelines, articles, newsletters); conducting and participating in seminars, trainings, conferences, round tables, mass media; participation of consultants in the work of associations and other associations; providing voluntary assistance to enterprises.

It is determined that the strategy of the consulting company, designed for the long term, concerns the most important aspects of the firm's operation; determining the range of services; definition of basic clients; definition of technological strategy; determining the size and growth rate of the company; interaction with the competitive environment.

Strategic directions of realization of accounting consulting services and definition of effective pricing policy are a guarantee of success of realization of marketing of accounting consulting services. When using accounting consulting services, the

client must understand the additional range of services that include a consulting company. The organization and maintenance of accounting in the conditions of consulting enterprises causes peculiarities in the part of documentary and personnel support of performance of duties by the customer and the executor.

Keywords: marketing of consulting services; accounting consulting services; directions of realization of accounting consulting services, strategy of the consulting company

Вступ. Ринкове середовище формує попит на консультаційні послуги, тому і є рушієм для створення і функціонування консалтингового підприємства. Успішність продажу консультаційних консалтингових послуг значною мірою залежить від рівня кваліфікації консультанта.

В ринкових умовах господарювання перелік облікових консалтингових послуг значно зростає, це пов'язано із новими потребами та вимогами підприємств. В консалтингових компаніях провідних країн світу значного поширення набуває практика облікових консалтингових послуг у різних своїх проявах: по організації і веденню бухгалтерського обліку та складанню фінансової звітності аутсорсинговими чи консалтинговими компаніями. Це пояснюється тим, що власники підприємств не вбачають доцільним витрачати зусилля на ведення бухгалтерського, податкового та управлінського обліку, а також складання всіх бухгалтерської, податкової та управлінської звітності. Сьогодні варто задуматись, що затрати на утримання штату бухгалтерії, оренду приміщення для працівників бухгалтерської служби, підвищення рівня кваліфікації працівників, буде надто складним і громіздким організаційним процесом і затратно не виправданим.

Без облікової інформації, яку формують працівники бухгалтерії – невід'ємного підрозділу підприємства, практично неможливо належним чином організувати й управлінську діяльність, а відтак забезпечити раціональне та прибуткове ведення бізнесу. В бухгалтерії забезпечується накопичення та систематизація необхідної вихідної інформації про усі господарські процеси, здійснені підприємством, а також контроль за проведеними протягом періоду обліковими операціями [2, с.6].

Часті зміни в законодавстві, а особливо в частині оподаткування та необхідність впровадження на підприємствах автоматизованих систем обліку, змушують менеджерів задумуватись на предмет доцільності, раціональності та ефективності використання бухгалтерської служби. Забезпечення ефективної раціональної організації облікової роботи підштовхують звернення керівників чи власників підприємств до послуг консалтингових компаній, які в свою чергу надають широкий спектр консультативних облікових послуг і практичних рекомендацій щодо вирішення конкретних проблем підприємства у сфері ефективного управління та його організаційного розвитку [2, с 6].

Саме тому, поширення практики використання послуг з облікового консалтингу підприємств та організацій з питань організації облікової роботи серед вітчизняних підприємств в умовах соціально-економічних трансформацій, а також доцільності надання таких послуг з питань ведення бізнесу та складанням звітності за міжнародними стандартами набуває особливої актуальності та важливості.

Дослідженнями теоретичних засад питань управлінського консалтингу та розвитку, а також формуванню теоретичної бази в контексті сучасних економічних тенденцій досліджуються у працях багатьох відомих українських учених. Проблемам розвитку ринку консалтингових послуг присвячені роботи провідних вітчизняних та зарубіжних учених: С. Бісвас, А. Блінов, Є. Бейч, О. Брінцева, В. Верба, В. Давиденко, Д. Долбнева, С. Козаченко, М.Кропивко, А. Посадський, А. Посадський, А. Пригожин, Т. Решетняк, А.Посадський, В.Соболев та інші. Проте дані дослідження не спрямовані на вирішення ряду проблем, які пов'язані з розширенням, зміцненням та реалізації інтелектуального продукту у вигляді облікових консалтингових послуг потенційним споживачам в Україні.

Мета та завдання статті. Головною метою дослідження є обґрунтування необхідності та ефективності використання послуг з облікового консалтингу та їх реалізації задля підвищення якості та ефективності організації облікового процесу підприємств та організацій враховуючи те, що на сьогодні керівники та власники підприємств не володіють необхідною інформацією про переваги та доцільність використання консалтингових послуг, щодо питань організації облікової роботи.

Сьогодні перемогу в конкурентній боротьбі за збереження бізнесу важко забезпечити тільки матеріальними ресурсами компанії. В основі її ефективного розвитку лежать і пріоритети стратегічних компетенцій, які формує інтелектуальна-професійна складова бізнесу. Тому, залучення такого інтелектуального ресурсу, як надання консалтингових послуг в різних своїх проявах для підприємства, виступає об'єктивною необхідністю в сучасних умовах господарювання.

В Україні лише незначна кількість підприємств користується послугами консалтингових компаній, в тому числі з обліковими консалтинговими послугами. Основними причинами такого низького попиту на ці послуги є відносно висока вартість цих послуг, а також необхідність надання конфіденційної інформації консалтинговій компанії. Все це зумовлено відсутністю попереднього досвіду співпраці з консалтинговими компаніями та низький рівень інформування про їх діяльність і переваги у засобах масової інформації та соціальних мережах.

Проблема реалізації інтелектуального продукту у вигляді облікових консалтингових послуг потенційним споживачам визначається співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем ціноутворення і стратегією поведінки продавців та покупців на цьому ринку. Реалізація консалтингових продуктів: дослідження ринку товарів, робіт, послуг, розробка та впровадження маркетингової стратегії, оптимізація

ціноутворення, реалізація рекламної кампанії є найбільш складною проблемою для консалтингового підприємства.

Виклад основного матеріалу. Стратегія консалтингової діяльності компанії яка призначена забезпечення подальшого розвитку підприємства характеризується стратегічними напрямками реалізації консалтингових послуг.

Стратегічні напрямки реалізації облікових консалтингових послуг включають в себе систему певних підходів, що:

- враховують особливості ціноутворення в організації;
- враховують особливості послуг, що надаються;
- орієнтовані на залучення додаткових клієнтів та їх обслуговування;
- базуються на принципах фінансового та якісного контролю діяльності організації;
- орієнтовані на розвиток персоналу підприємства.

Основними пріоритетами реалізації облікових та консультаційних консалтингових послуг є вивчення та прогнозування ринку (клієнти, конкуренти, партнери), розробка методів пристосування до ринкових умов просування консалтингових послуг та, визначення ефективної цінової політики.

Маркетинг облікових консалтингових послуг – це діяльність, метою якої є сприяння поінформованості клієнтів про облікові консалтингові послуги та оцінку спроможності консультантів вирішувати проблеми замовників, а клієнтів - купувати якісний обліковий консалтинговий продукт.

При здійсненні регіонального та галузевого сегментування ринку консалтингових послуг досліджують потреби клієнтів кожного сегмента та виявляють можливості для задоволення цих потреб. При встановленні цільової групи споживачів, визначають коло клієнтів, з якими має намір працювати фірма; з'ясовують їх потреби, ступінь їх можливого задоволення та виявлення.

Розглянемо основні методи реалізації консалтингових продуктів. Рис.1.

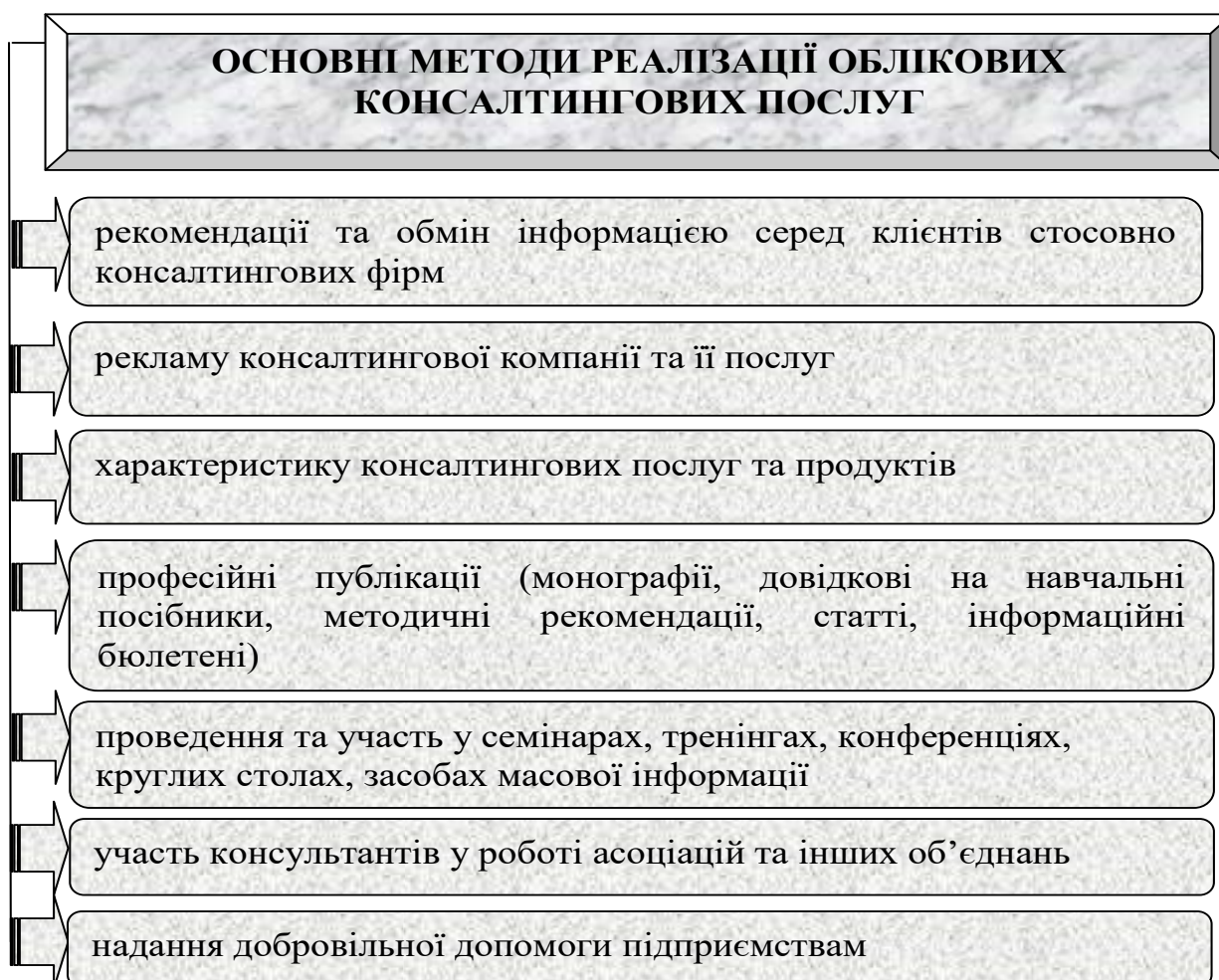


Рис. 1. Основні методи реалізації консалтингових продуктів

[розроблено авторами на підставі джерела 6]

Стратегія консалтингової компанії, як рішення, що розраховане на довгостроковий період, стосується найважливіших аспектів функціонування фірми:

- визначення діапазону послуг;

- визначення базових клієнтів;
- визначення технологічної стратегії;
- визначення розміру та темпів зростання компанії;
- взаємодія з конкурентним середовищем.

Варто зазначити, що стратегія консалтингової діяльності є дуже чутливою до вимог інноваційних процесів та зовнішнього середовища, що великою мірою зумовлено структурою персоналу консалтингової компанії.

Визначення діапазону послуг є основним блоком стратегії консалтингової фірми. Стратегія просування консультаційних послуг передбачає формування попиту та стимулювання збуту; виявлення найбільш припустимих способів стимулювання збуту; організацію рекламних кампаній та IT- кампаній.

Розглянемо організацію продажу консалтингових послуг рис. 4

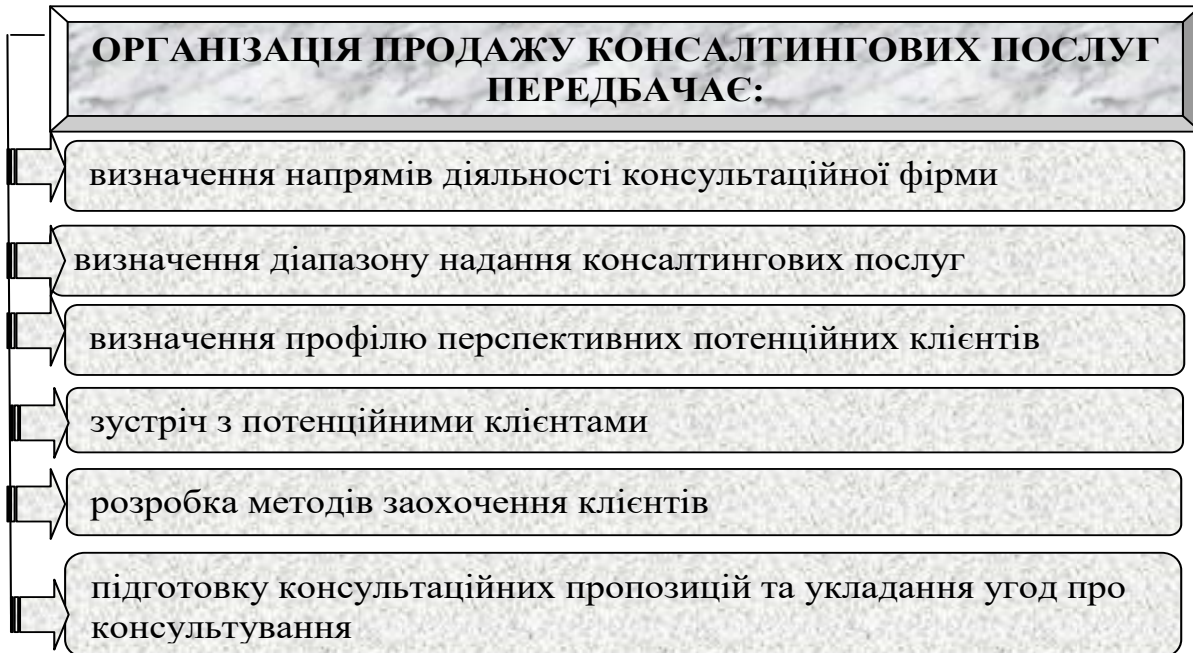


Рис. 2. Організація продажу консалтингових послуг

[розроблено авторами на підставі джерела 6]

Для утримання клієнтів важливо забезпечити та підтримувати з ними зворотній зв'язок. Запорукою довгострокових стосунків з клієнтами є безумовне дотримання етики консультаційного бізнесу та політики конфіденційності.

Однак, на відміну від розповсюдженого в розвинутих країнах планомірного співробітництва з консалтинговими компаніями, які надають широкий спектр консалтингових послуг, у тому числі і послуги облікового консалтингу, досвід консультування в Україні, на жаль, використовується епізодично, зберігаються тенденції відсутності у вітчизняних підприємців позитивного ставлення до діяльності консалтингових компаній.

Позитивний досвід провідних зарубіжних компаній, які користуються послугами облікового консалтингу, стимулюють керівників багатьох підприємств звертатися до консалтингових компаній щодо отримання від них послуги облікового консалтингу. Характеристику послуг облікового консалтингу представлено на рис 3.

Тенденції виходу на український ринок світових брендів в галузі консультування є хорошим знаком і перспектива в майбутньому для українських підприємств. Сьогодні, реальна загроза для вітчизняних консалтингових підприємств – це світові лідери, які займають велику частку обсягу ринку в залежності від сегмента. Саме їм належить велика кількість співробітників компанії, які працюють з великими підприємствами чи іноземними представництвами які розташовані на території України.

Вважаємо, щоб прискорити позитивні зміни при просуванні облікових консалтингових продуктів, можна завдяки впровадженню в діяльність консалтингових підприємств маркетингового механізму. Такий механізм рекомендовано розробляти з урахуванням специфіки сегменту ринку, на якому працює підприємство, а саме, запитів потенціальних і реальних споживачів і природи конкуренції в обраному сегменті, це дасть змогу сформувати чітке розуміння про становище і перспективи розвитку консалтингового ринку, його структуру відповідно до попиту і пропозиції.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Стратегічні напрями реалізації облікових консалтингових послуг та визначення ефективної цінової політики є запорукою успіху реалізації маркетингу облікових консалтингових послуг.

Користуючись послугами облікового консалтингу, клієнт має розуміти про додатковий спектр послуг, які включає в себе консалтингове підприємство. Надання послуг облікового консалтингу, включає та охоплює суміжні сфери консалтингу, такі як: правовий, обліковий та податковий консалтинг, вибір оптимальної системи оподаткування, податкове планування, організації підприємницької діяльності та стратегії розвитку бізнесу.



Рис. 3. Характеристика послуг облікового консалтингу [3,с.152]

Організація та ведення бухгалтерського обліку в умовах консалтингових підприємств зумовлює виникнення особливостей в частині документального і кадрового забезпечення виконання обов'язків замовником та виконавцем.

Досвід провідних держав свідчить, що в умовах як стабільного економічного розвитку, так і в період кризових ситуацій в країні, з'являється потреба в наданні облікових консалтингових послуг. Процеси адаптації облікового консалтингу за умов глобалізації світової економіки вимагають формування певних стандартів як до професійних знань, так і до практичних навичок консультантів, а відтак і до процесів та процедур реалізації облікових консалтингових послуг.

Література

1. Організація консалтингової діяльності: навчальний посібник /В. А. Верба, Т. І. Решетняк. Київ: Національний економічний університет. 2000. 242 с.
2. Долбнева Д. В. Дослідження місця та ролі консалтингових компаній в організації обліку сучасного підприємства. ScienceRise. 2016. № 10(1). С. 6-11. URL: <http://nbuv.gov.ua/pdf> (дата звернення: 02.03.2021).

3. Колісник Г. М., Колісник Б. А. Характеристика стану формування та розвитку консалтингових послуг в Україні та світі. Сучасні кризові явища в економіці та проблеми облікового, контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством : праці XI міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 21-22 червня 2019 р. Львів, 2019. С. 52-56.

4. Колісник Г.М., Колісник Б. А. Основні критерії вибору консалтингових підприємств при наданні облікових послуг. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2019. Вип. 3(137). С. 68-74.

5. 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.

6. Спільник І. В. Аналіз кон'юнктури ринку консалтингових послуг. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі : праці VI Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. м. Тернопіль, 25 квітня. Тернопіль. 2016. С. 176-177.

7. Ринок консалтингових послуг в Україні, дослідження консалтингової групи «Астарта-Таніт» на замовлення ЄБРР. URL: www.astarta.com.ua

References

1. Organizatsiya konsaltingovoї diyal'nosti: navchal'niy posibnik /V. A. Verba, T. I. Reshetnyak. Kіiv: Natsional'niy ekonomichniy universitet. 2000. 242 s.

2. Dolbneva D. V. Doslidzhennya mistsya ta roli konsaltingovikh kompaniy v organizatsії obliku suchasnogo pidpriemstva. ScienceRise. 2016. № 10(1). S. 6-11. URL: [http://nbuv.gov.ua/pdf\(data_zvernennya:02.03.2021\)](http://nbuv.gov.ua/pdf(data_zvernennya:02.03.2021)).

3. Kolisnik G.M., Kolisnik B. A. Kharakteristika stanu formuvannya ta rozvitku konsaltingovikh poslug v Ukraini ta sviti. Suchasni krizovi yavishcha v ekonomitsi ta problemi oblikovogo, kontrol'nogo ta analitichnogo zabezpechennya upravlinnya pidpriemstvom : pratsi KhI mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Luts'k, 21-22 chervnya 2019 r. L'viv, 2019. S. 52-56.

4. Kolisnik G.M., Kolisnik B. A. Osnovni kriteriї vboru konsaltingovikh pidpriemstv pri nadanni oblikovikh poslug. Sotsial'no-ekonomichni problemi suchasnogo periodu Ukraini. 2019. Vip. 3(137). S. 68-74.

5. Kolisnik G. M. Kharakteristika metodiv upravlins'kogo konsul'tuvannya. Suchasniy stan ta perspektivi rozvitku obliku, analizu, auditu, zvitnosti i opodatkovannya v umovakh evrointegratsії : pratsi II Mizhnarodnoi naukovopraktichnoi internet-konferentsії m. Uzhgorod, 16 kvitnya 2020 r. Uzhgorod: Vidavnistvo UzhNU «Goverla», 2020. S154-158.

6. Spil'nik I. V. Analiz kon'yunkturi rinku konsaltingovikh poslug. Marketingovi tekhnologii pidpriemstv v suchasnomu naukovotekhnichnomu seredovishchi : pratsi VI Regional'noi naukovopraktichnoi konferentsії molodikh vchenikh ta studentiv. m. Ternopil', 25 kvitnya. Ternopil'. 2016. S. 176-177.

7. Rinok konsaltingovikh poslug v Ukraini, doslidzhennya konsaltingovoї grupi «Astarta-Tanit» na zamovlennya ЄBRР. URL: www.astarta.com.ua

Надійшла / Paper received : 02.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020