

ресурсів. В такому випадку компанія несе мінімальні ризики і платить за конкретний результат.

Email-маркетинг – це робота по збору бази підписників та email-розсилці. Багато хто відносься до email-розсилці як до спаму, але якщо коректно нею користуватись, тобто грамотно налаштувати та правильно визначити адресатів, даний інструмент стане додатковим способом залучення клієнтів.

Також слід вказати інструментом digital-маркетингу аффілейти (рекламні мережі, веб-майстер), інструмент он-лайн просування бізнесу, який має схожість із партнерським маркетингом. Його суть полягає у тому, щоб надавати трафік, користувачів для замовника та отримувати оплату за конкретні дії. Це один з найточніших та простих інструментів. Компанія платить джерелу свого трафіка безпосередньо за користувачів і за будь-які їхні дії. Існує декілька моделей оплати: СРМ (cost per mille) – компанія платить за покази своєї реклами; СРС (cost per click) – компанія платити за перехід на вказане посилання; СРІ (cost per install) – компанія платить за встановлення своєї програми, гри та ін.

Висновки та пропозиції. Вищеперелічені інструменти digital-маркетингу є основними та базовими для генерації лідів. Їхнє активне застосування в сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку конкуренції на ринку є необхідним не тільки для просування товару чи послуги, особливо нових, на уже існуючий ринок, коли потрібно створити попит, визначити цільову аудиторію та побудувати «портрет» головного покупця, але й для підвищення впізнаваності уже існуючих брендів.

Список використаних джерел:

1. Генерація лідів - перетворюємо відвідувачів сайту у клієнтів [Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/generatsiya-lidov/>
2. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2017. – 292 с.
3. 12 інструментів digital маркетингу, які повинен знати кожний [Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://habr.com/company/mobihunter/blog/380155/>
4. Список digital-інструментів [Електронний ресурс].-Режим доступу: <https://stgy.digital/spisok-digital-instrumentov/>

Онiщенко М.Л., к.е.н, доц.,
Сумський державний університет
Макошенець Р.Г., Голова Асоціації Юристів України
в Асоціації Юристів України з питань нерухомості
Заводчик Т.О., магістрант
Сумський державний університет, м. Суми, Україна

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ НА РИНКУ КОНСАЛТИНГУ В УКРАЇНІ

Управлінське консультування в різних сферах економіки є актуальним у контексті зміцнення позицій управлінського консалтингу щодо взаємодії світових і вітчизняних консалтингових структур. Це може, безперечно, стати джерелом набуття нових навичок в управлінській діяльності, передового досвіду, і сприяти адаптації української економіки до світового бізнес середовища через спрямування в них нового інформаційного потоку стратегічної інформації, підтримки введення організаційних і професіональних змін у розвитку управлінського персоналу.

Ринок консалтингових послуг ємний і різносторонній, і було б неправильно говорити, що він остаточно сформувався. Зростаюча складність і збільшення темпів загальних економічних змін, умов ведення бізнесу породжують специфічні проблеми, при вирішенні яких все частіше і частіше вітчизняний сектор економіки відчуває потребу в допомозі консультантів.

Ринок консалтингу в Україні є давно сформованим. Однак, кризова ситуація, на думку експертів, у 2008-2013 рр. і нинішня мають істотні відмінності, пов'язані як із станом самого ринку консалтингових послуг (сьогодні він більш розвинений) так із специфікою антикризової економіки і увагою держави до імпортозамінюючих галузей.

На сьогодні, із поглибленням економічної кризи в Україні активність деяких західних і вітчизняних фірм або вщухає, або “заморожується” з надією на поліпшення кон'юнктури ринку консультаційних послуг. Попит на консультаційні послуги стає більш виборчим. Основними причинами такої ситуації стали: складна макроекономічна ситуація та загальне зниження ділової активності суб'єктів господарювання; низький рівень культури роботи з незалежними експертами; недостатня платоспроможність клієнтів; неспроможність оцінити корисність консалтингових послуг; відсутність гарантій конкретних результатів і позитивного ефекту від консультування [1]. Учасники ринку консалтингових послуг відзначають, що в нинішній економічній ситуації витрати бізнесу на консалтингові послуги скорочуються.

Згідно з даними Державного комітету статистики України вітчизняний консалтинговий ринок оцінюється майже у 3 млрд. дол. і має динаміку приросту в 40-45% за рік [3].

Аналізуючи ринок консалтингу в 2014-2017 рр., варто відзначити, що 76,7% ринку припадає на консультаційні послуги підприємствам (бухгалтерія та аудит зберігають обсяги, менеджмент знизився на 10-30%), всі форми навчання втратили не менше 30% [3]. Однак існують консалтингові напрямки, які не відчули зниження попиту, пов'язаного з кризою, і навіть стають більш затребуваними, до даних напрямків відноситься юридичний консалтинг, кібербезпека в банківському секторі економіки і консалтинг в ІТ-галузі, до речі за прогнозними оцінками у 2018 р. ІТ-індустрія поповнить бюджет України на 10 млрд. грн. [2]. Експерти пов'язують цей факт з тим, що і сама галузь продовжує розвиватися, незважаючи на складності в економіці.

Найбільш перспективним напрямком управлінського консультування на найближчі 3 роки, на думку експертів, має стати надання юридичних послуг на ринку нерухомості. Це пов'язано з процесами, які відбуваються в економіці

країни, а саме міграційні процеси працюють на ринок нерухомості та зняття мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення.

Просунуті керівники розуміють, що залучення професійних консультантів в кризу іноді буває необхідно і виключати цю статтю з бюджету компанії не можна. Однак при цьому прагнуть до розумної економії, скорочення витрат без шкоди для якості послуг. Часто кількість фахівців, з якими взаємодіє будь-яка організація, скорочується, а з рештою здійснюється пошук можливостей взаємодії в режимі економії.

Отже, прогнозувати стан ринку консалтингових послуг на сьогоднішній день є проблематичним завданням, тому можна розробляти прогнози лише на короткострокові перспективи і вдосконалювати консалтинговий бізнес в Україні.

Список використаних джерел:

1. Гончарова М. Л. Управлінське консультування в Україні: основні проблеми, тенденції та напрями розвитку / М. Л. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – К., 2015. – № 2(164). – С. 136-142.

2. Мурга М. Чужим розумом: як виживає ринок консалтингу / М. Мурга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/chuzhimumom-chem-vyzhivaet-rynokkonsaltinga->

3. Нормативно-правове регулювання консалтингових послуг для малого підприємництва // Інформаційний ресурс Інформаційного агентства NovA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://konsultat.info/index.php?o=97&l=2>

Пісоченко Т. С., к.е.н., асистент
Кулакевич М. В., магістр 2 курсу
Миколаївського національного аграрного
університету, м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ КОНСУЛЬТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Вступ. В умовах формування кваліфікаційного попиту у вирішенні проблем менеджменту і тривалих економічних змін у запровадженні консалтинговими підприємствами концепції сталого розвитку на сьогодні є досить актуальним. Особливого значення набуває розуміння принципів забезпечення конкурентоспроможності компаній, і галузевих особливостей вибору стратегій ринкового позиціонування.

Основна частина. Конкурентоспроможність консалтингових підприємств є інтегральним показником, величина якого залежить від детермінантів економічної ситуації на рівні країни чи регіону і його здатності організовувати свою діяльність і надавати послуги [1, с.59]. Тому необхідно визначити перелік основних характеристик від яких залежить формування консалтингового проекту та введення його в дію.