

КОНСАЛТИНГ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ю.І. Продіус, к.е.н., доцент

Л.В. Пейчева

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

В умовах сучасної економіки, яка характеризується різними негативними тенденціями і турбулентними змінами [7] особливої актуальності набувають послуги консультаційних компаній [3–5,6], як джерела незалежної експертної думки, а також нових ідей і прогресивних технологій у розвитку бізнесу.

Як зазначає ряд експертів, в найближчій перспективі ймовірний прояв тенденцій застою або стиснення ринку консалтингу, що спричинить зниження консалтингових бюджетів підприємств, в зв'язку зі все частішим зверненням підприємств за допомогою не до бізнесу, а держави. В результаті, метою дослідження є виявлення можливостей використання консалтингу в процесі забезпечення сталого розвитку підприємств на кожному етапі його розвитку, а об'єктом дослідження виступають організаційно–економічні відносини, що виникають в процесі взаємодії підприємств і консультаційних компаній.

Основними бар'єрами для використання консультування можна вважати відсутність його традицій, а також недовіру до консультантів, пов'язану з очікуванням неадекватної оцінки ситуації і розголошенням конфіденційної інформації [3]. До бар'єрів, зазначених Л.А. Базаровою слід додатково віднести і наявність низької якості менеджменту самих замовників консультаційних послуг і недостатню інформованість про реальний стан справ на підприємстві.

Як показало дослідження, в даний час менеджмент підприємств не відстежує внутрішньокорпоративні тенденції, в більшій мірі, покладається на ручне управління і діє ситуаційно, заперечуючи системний підхід, що може бути виправдано в оперативному управлінні і наявності агресивного зовнішнього середовища, але дана форма роботи втрачає свою ефективність в середньо– і довгостроковій перспективі.

Кожне з підприємств стикається з кризовими явищами.

В результаті, усвідомленість циклічності процесів, що відбуваються в економіці дозволяють менеджменту оперативно приймати рішення про проведення змін на підприємстві, а також створювати умови для запобігання кризи в компанії. У зв'язку з цим, праця консультантів стає ключовою, так як, ґрунтуючись на визначенні консультаційної послуги [4] як комерційної ділової послуги (комплексу послуг), спрямованої на вирішення проблем менеджменту компаній–замовників за допомогою професійної експертної підтримки консультантів, що виражається у вигляді рекомендацій, порад, – консалтинг стає ключовим елементом у підвищенні стійкості підприємства на кожному етапі його життєвого циклу.

Згідно Л. Грейнеру [2], у міру зростання організації, вона стикається з певними викликами, які є прямим наслідком розвитку компанії, але для поступального зростання необхідна наявність нових компетенцій і знань, які на наш погляд мають фахівці в області консалтингу. На кожному кризовому етапі має відбуватися цілеспрямований вплив, що ставить перед собою завдання розвитку підприємства. Перша організаційна криза – це криза лідерства в компанії, при якій необхідно визначення тренда розвитку підприємства, що є предметом дослідження консультантів в області стратегії, маркетингу. Друга криза «автономії» повинна коригуватися за допомогою методичного підходу консультантів з організаційного розвитку. Подібний підхід, заснований на залученні консультантів, можна зберігати і на наступних кризових етапах в діяльності підприємств описаних Л. Грейнеру.

Аналогічний вищеописаному підхід можна застосовувати і ґрунтуючись на теорії життєвих циклів І. Адізеса, який окреслив ряд труднощів, які виникають в процесі діяльності компанії і, названі автором теорії як «дитяча смерть», тобто розпад організації на ранніх етапах її існування, «пастка засновників», «нездійснене підприємництво», «передчасне старіння».

Загальною проблемою, яка супроводжує підприємство на певному етапі його існування як в рамках моделі І. Адізеса, так і Л. Грейнера, це криза кордонів організації та пошуку нових шляхів розвитку, що посилює позиції консультантів, як визнаних фахівців в області інновацій і розробки нових напрямків функціонування компанії .

Усвідомлення циклічності розвитку економіки дозволяє менеджменту приймати зважені та своєчасні рішення для нівелювання негативних ефектів циклічного характеру розвитку підприємства за допомогою методів описаних Л.А. Базаровою [1], а саме:

- 1) об'єднання (дозволяє скоротити витрати шляхом скорочення числа структурних елементів і збільшення функціонального навантаження на них);
- 2) скорочення (метод розвитку полягає в блокуванні енергоємних виробництв і операцій);
- 3) підвищення інформованості (метод управління організаційними циклами, пов'язаний з отриманням, зберіганням і використанням даних або підвищенням рівня інформованості);
- 4) управлінські технології (вибір найбільш раціональних дій).

При реалізації заходів вищеописаного методу, праця консультантів використовується в процесі підвищення інформованості, проте, компетенції консультанта застосовні в кожному з методів. Наприклад, метод «об'єднання» включає в себе також реалізацію заходів «злиття і поглинання» і як показує світова практика найбільші підприємства в світі часто супроводжують подібні заходи за допомогою незалежних експертів–консультантів.

У висновку, необхідно відзначити, що консалтинг є інструментом, що дозволяє зберегти стійке положення підприємства на ринку, а також дати нові точки зростання бізнесу, однак потенційні замовники досі зберігають певний рівень культури ведення бізнесу і вважають, що мають всі можливості для самостійного вирішення управлінських проблем, в зв'язку з цим вітчизняному бізнесу ще необхідний період адаптації до нових форм організації підприємництва і усвідомлення необхідності залучення незалежних експертів в діяльності свого підприємства на кожному етапі його життєвого циклу.

Література:

1. Базарова, Любовь Александровна Управление устойчивым развитием промышленных предприятий: методология и технология/ Л.А. Базарова.–СпБ, 2014.–329 с.
2. Грабоздин, Юрий Павлович. Сущность и специфика консультационных услуг [Текст] / Ю.П. Грабоздин// Вестн. Самар. муницип. ин-та управления.–2014.–№ 2 (29).–С. 74–80.
3. Жабин, А.П. Роль и значение использования маркетинговых инструментов в сфере консультационных услуг / А.П. Жабин, Ю.П. Грабоздин// Вестн. Самар. муницип. ин-та управления.–2014.–№ 2 (29).–С. 42–49.
4. Грабоздин, Юрий Павлович. Развитие сервисной деятельности малого и среднего бизнеса в сфере консультационных услуг/ Ю.П. Грабоздин.–Самара, 2015.–135 с.
5. Карсунцева, О.В. Многомерный факторный анализ как метод оценки производственного потенциала/ О.В. Карсунцева// Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. –2013.–№2 (28). – С. 140–147.
6. Модель жизненного цикла Адизеса на практике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/olc-models/adizes-theory/> — Назва з титул. екрана.
7. Стадии развития компании по Ларри Грейнеру [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/olc-models/greiner-theory/> — Назва з титул. екрана.