

бібліотечній та архівній діяльності, формуванню навичок використання інформаційних і комунікативних технологій під час роботи з документами, розвиткові здатності аналізувати закономірності функціонування потоків і масивів документів та електронних даних.

Важливим є також і той аспект, що навчальна дисципліна має не лише забезпечити вільне володіння категорійно-поняттєвим апаратом документних і соціальних комунікацій, а й слугувати формуванню у здобувачів вищої освіти здатності до самооцінки, самоконтролю, самореалізації.

Результатами навчання мають бути уміння не лише вільно орієнтуватися у системі документно-інформаційних комунікацій, аналізувати документно-комунікаційної моделі того чи іншого соціального інституту, каналів передачі інформації, а й глибокі знання про соціальні інститути як центри первинної і вторинної документної інформації.

Умови сьогодення диктують викладачам різні способи навчання: аудиторне й дистанційне. Форми роботи зі студентами теж можуть бути різними: лекції, практичні заняття, лабораторні заняття.

Методи і критерії оцінювання: усне опитування, модульний контроль, письмові звіти з лабораторних робіт, підсумковий контроль (залік чи екзамен).

Отже, варто зробити деякі висновки. Сучасні інформаційно-комунікативні технології мають значний вплив на свідомість людини через їхнє всеохоплююче проникнення у життя суспільства. Цей факт актуалізує вивчення «глобальних світоглядних трансформацій як наслідок поширення сучасних інформаційно-комунікативних технологій»[4, с. 178]. Нагальною потребою є проблема підготовки фахівців-документознавців. Вагома роль у цьому процесі належить навчальній дисципліні «Документно-інформаційні комунікації».

Список використаних джерел

1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг». *Верховна рада України*. 2003. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
2. Столяров Ю. Н. Документный ресурс. Москва: Либерия, 2004. 152 с.
3. Парафійник Н. І. Документно-інформаційні комунікації: навч. посіб. Харків: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2010. 57 с.
4. Яковенко В. Я. Інформаційні ресурси. Донецьк: ДОНУ, 2005. 202 с.



Щербіна О. С., канд. екон. наук, доцент
Донецький національний університет імені Василя Стуса

УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ ЯК СКЛАДНИК ІНФОРМАЦІЙНО-ДОКУМЕНТНОЇ СИСТЕМИ

Із поживаленням промисловості та загостренням конкурентної боротьби очевидної цінності набув так званий четвертий фактор виробництва – інформація. Запорукою успіху в бізнесі стала не лише ринкова обізнаність підприємства (щодо цін, конкурентів, споживачів), але і його управлінська інформованість (про доцільну організацію виробництва, праці, мотивацію, менеджмент). Теорія управління надавала численну кількість схем організації ефективного бізнесу та водночас ускладнювала оволодіння ними для окремого менеджера. Консалтинг, як самостійна професійна діяльність, своїм виникненням зобов'язаний менеджменту.

Зміст поняття «консалтинг» (з англ. консультування), що увійшло до нашої мови як спеціальний термін, означає здійснення економічного консультування будь-якого масштабу.

Отже, управлінське консультування (management consulting) є видом консалтингової діяльності, що спрямований на надання допомоги у вирішенні управлінських проблем.

Сучасний розвиток світового управлінського консультування характеризується порівняно високими темпами зростання. Бізнес-успіх консалтингу пов'язаний зі складністю управлінських проблем, які виникають на сучасних підприємствах, та невизначеністю ділового середовища, що спричиняє невпевненість менеджерів та змушує їх звертатися за допомогою. Стрімкий прогрес управлінського консультування спричинений також відсутністю узгоджених стандартів, що дає змогу практично будь-якому спеціалісту займатися цим видом діяльності.

Серед найважливіших причин стрімкого розвитку управлінського консультування та зростання попиту на консалтингові послуги на світовому ринку варто назвати такі:

- загальну тенденцію глобалізації бізнесу, яка сприяє попиту на консалтингові послуги як серед транснаціональних корпорацій, що захоплюють нові ринки, так і серед щойно створених компаній, які сподіваються позиціонуватися на світовому ринку;
- можливість використання ідей і таланту консультанта як конкурентну перевагу в ринковій боротьбі;
- необхідність впровадження інформаційних технологій, які дають змогу значною мірою підвищити продуктивність компанії.

На сучасному етапі управлінське консультування в Україні вже є досить сформованою, самостійною галуззю бізнесу професійних послуг, що має власну кон'юнктуру. Цей етап характеризується, по-перше, подальшим розвитком вже наявних послуг, серед яких оціночна діяльність, бізнес-планування, консалтингові послуги, пов'язані із приватизацією, консультування з мінімізації оподаткування. По-друге, особливий інтерес для споживачів консалтингових продуктів становлять принципово нові послуги, попит на які набув на сьогодні особливої гостроти внаслідок удосконалення ринкових відносин.

Нині на українському ринку послуг з управлінського консультування діють як вітчизняні, так і зарубіжні суб'єкти підприємницької діяльності.

Існують три основні загальновизнані причини, які сприяють створенню і просуванню професійного консультування в Україні:

- 1) створення професійних вітчизняних служб, які змогли б зменшити залежність країни від іноземних експертів;
- 2) оптимальне пристосування ноу-хау у сфері управління до специфічних умов України саме місцевими професіоналами;
- 3) скорочення використання дорогих іноземних фахівців, що дасть змогу зменшити вартість консультаційної частки багатьох проєктів, отже, зробить ці послуги доступними для місцевих клієнтів, включно з дрібними підприємцями.

Управлінське консультування дає змогу:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;
- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;
- надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними.

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації.

Продуктом виробничої діяльності консалтингової фірми (якщо до виробництва можна віднести процес створення будь-якого кінцевого продукту, навіть послуги) є консультаційна послуга, яка є товаром і має конкретне матеріальне втілення. Зазвичай послуги крупної консультаційної фірми охоплюють досить широкий діапазон галузей та функцій підприємства: загальне керівництво, управління фінансами, управління виробництвом, маркетинг, управління працею та кадровим потенціалом, корпоративну стратегію тощо.

Розглядаючи управлінське консультування як індустрію, рівень розвитку якої перебуває під впливом загальнооекономічного та політичного становища країни, її інтеграції у світову співдружність, потрібно визначити фактори, що впливають на кон'юнктуру ринку консалтингових послуг.

Кон'юнктура ринку консалтингових послуг визначається співвідношенням попиту і пропозиції, рівнем ціноутворення і стратегією поведінки продавців та покупців на цьому ринку.

Потреба у допомозі консультантів обумовлена не тільки їх новими знаннями, аналітичними вміннями, заходами та методологічними підходами, які може привнести консультант у клієнтську організацію, а й тим, що сторонні консультанти покликані допомагати менеджерам орієнтуватися в складних умовах прискорення технологічних змін, швидкого зростання ділової активності, що надзвичайно впливає на майбутнє організації.

Основними причинами залучення консультантів в організацію є такі:

- поточна завантаженість менеджерів фірм, що перешкоджає їм самостійно вирішувати глобальні проблеми розвитку та оцінювати кризові проблеми компанії на сучасному рівні знань;
- прагнення одержати оцінку того, що відбувається в організації, незалежними об'єктивними експертами;
- необхідність постійного підвищення ефективності виробництва та бізнесу в умовах жорсткої конкуренції та ускладнення управлінських проблем;
- відсутність чіткої та ефективної системи інформаційного забезпечення в галузі правового та економічного регулювання;
- інтеграція у світове економічне товариство, інтернаціоналізація вимог та стандартів;
- необхідність ініціювання змін в організації;
- подолання стереотипів у вирішенні наявних проблем;
- навчання персоналу новим управлінським технологіям;
- подолання кризи, якщо вона настає в організації, ідентифікація проблем та надання виконавчої допомоги для їх вирішення.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них насамперед можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. Проте проблема трансформації потреб в управлінському консультуванні та тривалий попит на нього є актуальною як для ринку загалом, так і для кожної конкретної консультаційної фірми.

Ринок консалтингових послуг чітко сегментований, і конкуренція між продавцями консалтингових продуктів здебільшого ведеться усередині свого сегмента. Сучасний розвиток консалтингового бізнесу показав, що невеликі консультаційні фірми не конкурують із провідними компаніями, які здійснюють фінансовий менеджмент, маркетинг, управління персоналом, зовнішньоекономічну діяльність тощо, даючи їм у такий спосіб можливість мати переваги у боротьбі за клієнта. Безумовно, репутація транснаціональних корпорацій безперечна, і рівень їх консультаційного обслуговування є надзвичайно високим, втім клієнт дуже часто надає переваги більш тісним взаєминам із невеликою консультаційною фірмою.

Список використаних джерел

1. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток: монографія. Київ: КНЕУ, 2011. 327 с.

