

Інфраструктура ринку консалтингових послуг та їх ціноутворення

Савчин Максим Олегович

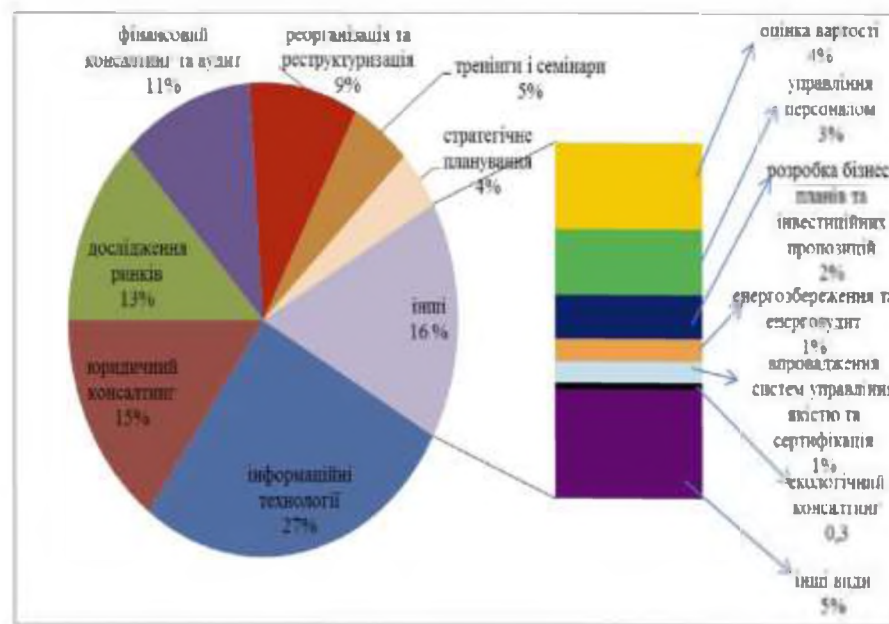
студент спеціальності «Розвиток бізнесу, управління та консалтинг»
НаУКМА

Вітчизняний ринок консалтингових послуг, незважаючи на відносно високі темпи зростання, відстає від світового. Попит на консультування хоча і існує, але не в структурованому вигляді, а пропозиція часто залежить не стільки від попиту, скільки від можливостей самих консалтингових фірм.



Лідерство США в області консалтингу - аж ніяк не випадковість. Саме в цій країні з'явилася перша консалтингова компанія (була заснована в 1893 р. в США і називалася Arthur D. Little.). Потім з'явилися засновані на початку XX століття деякі з нині відомих компаній - Booz Allen Hamilton, A.T. Kearney і McKinsey & Company.

Порівняння європейських ринків консалтингових послуг показує, що у різних країн існує своя спеціалізація в сфері консалтингу. Наприклад, фінансовий консалтинг, як правило прерогатива Великобританії і Ірландії (32%), в той час як на німецькомовні країни припадає лише 24%. Україна ще не має чіткої спеціалізації, але найбільший сегмент – консультанти в сфері інформаційних технологій та ІТ



Ємність ринку консультативних послуг в Україні по сегментах, %

Одна з причин розширення цифрового сегмента економіки полягає в зростанні трансакційного сектора, до якого належить консалтинг. Безсумнівно, поширяться в якості інструменту консалтингу такі технології як блокчейн, хмарні обчислення, штучний інтелект та ін.



Враховуючи різноманітність, постійний розвиток та незрілість консалтингу в Україні оптимальним підходом до визначення ціни на консалтингові послуги є комбіноване ціноутворення. Застосування поєднання елементів витратного підходу з порівняльним або орієнтованим на результат надають підходу необхідну гнучкість.