

Передачу кредитного ризику можна здійснювати різними способами. Зокрема, одним із шляхів зниження рівня кредитних ризиків і підвищення ефективності управління ними є застосування таких фінансових інструментів, як кредитні деривативи, тобто позабіржових похідних інструментів, створених для передачі кредитного ризику від одного суб'єкта до іншого. Основними і найпоширенішими видами кредитних деривативів є кредитні ноти та кредитні свопи. Кредитні деривативи активно використовують в рамках синтетичної сек'юритизації, яка, на відміну від традиційної форми, передбачає продаж ризику, а не всього активу.

Висновки. Таким чином, в управлінні кредитними ризиками банків під інструментами потрібно розуміти підходи, процеси, заходи управління кредитними ризиками, які дають змогу певною мірою визначати можливість настання ризикованих подій для кредитної діяльності банку і домагатися зниження ступеня кредитного ризику до допустимих меж. Основними внутрішніми інструментами управління ризиком кредитного портфеля банку зазвичай є дотримання встановлених нормативів і лімітування, диверсифікація, концентрація і створення резервів для відшкодування втрат за кредитними операціями комерційних банків, а останнім часом – сек'юритизація.

Для мінімізації кредитного ризику банк може здійснювати безліч заходів (що спричиняють різні зміни), поєднувати їх, забезпечуючи найоптимальніший вплив на ризик, що зумовлює використання, крім внутрішніх інструментів, їх різновидів – фінансових інструментів управління кредитними ризиками. Головним завданням використання фінансових інструментів управління кредитними ризиками банку є визначення ступеня допустимості кредитного ризику й прийняття практичного рішення, що спрямоване на розроблення заходів, які дають змогу зменшити вірогідність втрат.

Література

1. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.buklib.net/>.
2. Александрова Н.Г. Банки и банковская деятельность для клиентов / Н.Г. Александрова, Н.А. Александров. – СПб. : Изд-во "Питер", 2002. – 224 с. – С. 7.
3. Герасимович А.М. Аналіз банківської діяльності / А.М. Герасимович, М.Д. Алексеевко, І.М. Парасій-Вергуненко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2003. – 599 с. – С. 19.
4. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7.12.2000 р., № 2121-3, ст. 1.
5. Словник сучасної економіки Макмілана : пер. з англ. – К. : Вид-во "АртЕк – 2000". – С. 567.

Пирог В.В. Особенности финансовых инструментов управления кредитными рисками коммерческих банков

Рассмотрено содержание финансовых инструментов управления кредитными рисками банков, отражены современные подходы к определению финансовых инструментов управления рисками и очерчена их классификация, поскольку понятие риска является неотъемлемой составляющей деятельности банков, ведь они выполняют функцию перераспределения рисков финансового рынка.

Ключевые слова: кредитный риск, финансовый инструмент, управление кредитным риском, банковский менеджмент, хеджирование, секьюритизация.

Pirog V.V. Features of financial instruments of credit risk commercial banks

The content of financial instruments, credit risk management of banks, highlights new approaches to the definition of financial instruments, credit risk management and outlines their classification, as the concept of risk is an integral part of the banks, because they act as redistribution of financial market risks.

Keywords: credit risk, financial instrument, credit risk management, banking management, hedging, securitization.

УДК 332.14:658.818.2:061.66

Доц. І.І. Проданова, канд. екон. наук;

доц. У.Б. Бережницька, канд. екон. наук – Івано-Франківський НТУ нафти і газу

СТАНОВЛЕННЯ ТА ФОРМУВАННЯ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ У РЕГІОНІ

Уточнено суть, мету, завдання та основні суб'єкти ринку консалтингових послуг у регіоні. Обґрунтовано гальмівні та стимулятивні фактори розвитку ринку консалтингових послуг, розроблено алгоритм їх надання. Визначено роль бізнес-інкубаторів у становленні та формуванні ринку консалтингових послуг регіону.

Ключові слова: консалтинг, ринок, регіон, бізнес-інкубатор.

Постановка проблеми. Важливою рушійною силою соціально-економічного розвитку національної економіки є консалтингові підприємства, які надають широкий спектр послуг щодо оптимальної роботи суб'єктів господарювання, раціонального використання трудових, фінансових, матеріальних, інвестиційних, інноваційних ресурсів.

На сьогодні конкурентну перевагу забезпечуватиме передусім інтелектуальна складова бізнесу, основну частину якої становить консалтинг. Саме він стає об'єктивною необхідністю для забезпечення довгострокового стратегічного розвитку сучасного підприємства, зокрема підприємств малого та середнього бізнесу. Консалтинг як явище відіграє важливу роль в економіці провідних країн світу в забезпеченні їх конкурентоспроможності. Саме тому це питання має вагомий науково-практичний значення і викликає інтерес наукової спільноти та професійних управлінців у сучасних умовах розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджень питання щодо розвитку ринку консалтингових послуг в Україні у працях І.І. Бобрової, В.А. Верби, О.В. Виноградової, Г.В. Жаворонкової, Т.О. Зайчук, В.О. Зіміна, М.С. Іванової, С.С. Ніколенка, А.П. Посадського, Т.І. Решетняк, Л.Г. Саркісяна, О.К. Трофимової, М.В. Фербера, І.П. Чайки та ін. Проте ефективне функціонування ринку консалтингових послуг на загальнодержавному рівні насамперед передбачає його формування на регіональному. Ступінь вивчення регіонального аспекту встановлення і розвитку ринку консалтингу у працях науковців досі залишається недостатнім, що й підсилює актуальність нашого дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування необхідності формування та розвитку ринку консалтингових послуг у регіоні. Зазначена мета зумовила потребу у виконанні таких завдань:

- визначення видів консалтингу, уточнення його суті, мети, завдань та основних суб'єктів;
- дослідження тенденцій розвитку ринку консалтингових послуг в Україні та регіонах;
- обґрунтування стримуючих і стимулятивних факторів розвитку ринку консалтингових послуг;
- розроблення алгоритму надання якісних та неякісних консалтингових послуг і формування рекомендацій щодо забезпечення функціонування ринку консалтингу на регіональному рівні;
- вивчення позитивного досвіду встановлення ринку консалтингу в регіонах України на основі створення інноваційних структур підтримки підприємництва – бізнес-інкубаторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під консалтингом розуміють діяльність спеціалізованих компаній із надання інтелектуальних послуг виробникам, продавцям, покупцям (поради і рекомендації) з різноманітних питань виробничої діяльності, фінансів, зовнішньоекономічної діяльності, створення та реєстрації фірм, дослідження і прогнозування ринків товарів і послуг, розроблення бізнес-проектів, маркетингових програм, інноваційної діяльності, пошуку шляхів виходу з кризових ситуацій, підготовки статутних документів у разі створення нових підприємств і організацій тощо [1, с. 824].

Верніков Г. стверджує, що консалтинг – це вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якої полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку та використанні науково-технічних та організаційно-економічних інновацій з урахуванням предметної галузі та проблем клієнта [2].

Авторський погляд В.А. Верби ототожнює консалтинг з управлінським консультуванням і визначає його як складну багатоаспектну управлінську систему, спрямовану на пошук механізмів удосконалення управління та забезпечення саморозвитку компанії. Аналіз наукової та спеціальної літератури дає можливість констатувати факт багатоваріантного тлумачення самої дефініції управлінського консультування: 1) функція управління; 2) підсистема менеджменту; 3) різновид експертної допомоги в галузі управління; 4) метод удосконалення управління і розвитку організації; 5) механізм впровадження нововведень; 6) вид професійної діяльності; 7) форма підприємництва; 8) наукова діяльність [3].

Вивчення теоретичних основ консалтингу дає змогу виділити узагальнювальні підходи щодо розкриття змісту цього поняття:

- 1) питання та проблеми консалтингу стосуються його економіки й організації (сутності, моделі, історії, типології видів, характеристики ринку, маркетингової політики, правового та кадрового забезпечення, стратегії тощо), а також загальних питань з технології [4];
- 2) розкриття суті консалтингу базується передусім на визначенні специфіки змісту діяльності експертів із надання консалтингових послуг (консультантів);
- 3) консалтинг виступає як сфера підприємництва в галузі створення інформаційного (інтелектуального) продукту [3];
- 4) результатом консалтингу є рекомендації (практичні поради) щодо вдосконалення діяльності суб'єктів господарювання, що є рушійною силою прогресу;
- 5) консалтинг містить елемент інновацій, передбачає новаторський підхід до вирішення проблем.

У результаті спробуємо сформулювати власну авторську позицію щодо суті консалтингу (рис. 1). Зважаючи на багатоваріантність тлумачення змісту цього поняття, доцільно визначити мету, завдання та основних суб'єктів консалтингу в регіоні (рис. 1).

Як і будь-який інший продукт, консалтингові послуги мають свій життєвий цикл: стадії проектування і розробок, випуску на ринок, зростання, зрілості, насичення і занепаду. Цей процес має також і тимчасове вимірювання, оскільки деякі послуги застарівають – їх потрібно замінювати, а деякі послуги

з'являються – їх варто упроваджувати. Тому класифікація консалтингових послуг необхідна, особливо під час ідентифікації кожного нового виду консалтингу. Системність характеристик, які даються кожному новому виду консалтингу, дає змогу порівняти його можливості та оцінити ефективність відносно інших.

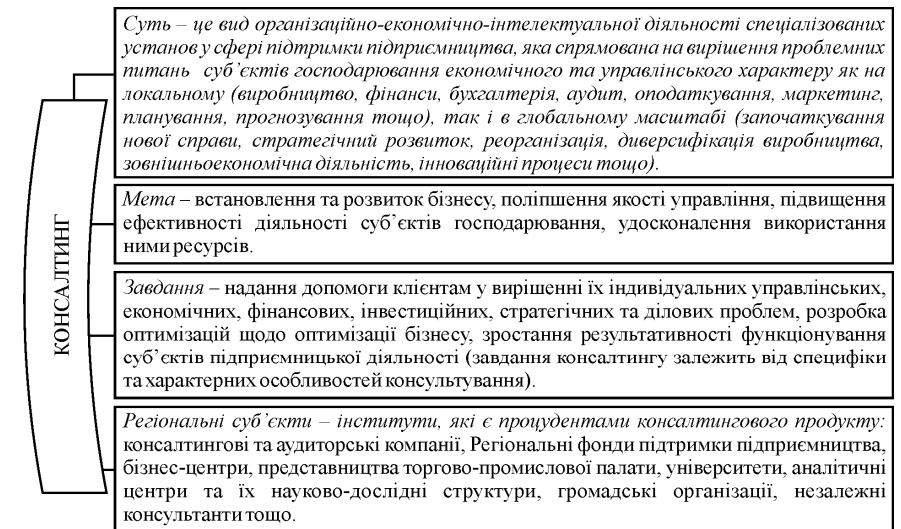


Рис. 1. Суть, мета, основні завдання та суб'єкти консалтингу на регіональному рівні (власні дослідження)

Існує безліч класифікаторів консалтингової діяльності. Сучасний набір консалтингових послуг на Заході склався ще в 1950-1960 рр. (період називають "золоте століття консалтингу"). Тепер у Європейському довіднику-покажчику консультантів з менеджменту виділено 84 види консалтингових послуг, що об'єднуються відповідно у 8 груп: загальне управління, адміністрування, фінансове управління, управління кадрами, маркетинг, виробництво, інформаційна технологія, спеціальні послуги [5].

Науковці виокремлюють чотири періоди історичного розвитку консалтингових послуг в Україні: доринкового консалтингу (1971-1991 рр.), ранньоринкового консалтингу (1992-1998 рр.), нового (1999-2004 рр.) і новітнього консалтингу (2005-2009 рр.) та обґрунтовують характерні особливості кожного періоду й основні напрями діяльності провідних організацій [6]. Новітній консалтинг в Україні розвивається швидкими темпами, визначає свої пріоритети, вміло використовуючи європейський досвід та шукаючи свою власну нішу на міжнародному ринку. Така ситуація обумовлена тим, що: відбулося значне збільшення попиту на консалтингові послуги в Україні; європейські консалтингові компанії починають виходити на український ринок, пропонують інноваційні рішення, таким чином стимулюють розвиток вітчизняних консалтингових фірм.

Експертні оцінки кількісних параметрів ринку управлінського консультування в Україні оприлюднили дослідники Рейтингової агенції "Експерт-Рейтинг", які визначили його обсяг на рівні 170 млн дол. США [7]. З боку вітчизняних компаній простежується стійка тенденція зростання зацікавленості

продуктами фінансового і стратегічного консультування, на які сьогодні припадає відповідно 17 % та 13 % загального ринку консультування. Прагнення підвищити свою продуктивність сприяло залученню вітчизняними підприємствами і компаніями консультантів з питань управління персоналом та операційного менеджменту (відповідно 11 % і 8 % в структурі консалтингових послуг) [8].

З урахуванням кризових процесів, що останнім часом спостерігали у світовій економічній системі та в межах національної економіки, зауважено: посилення конкурентної боротьби, втрата адміністративного ресурсу, що призвело до потреби у системній оптимізації діяльності, початком кардинальних змін, що потребують стратегічного позиціонування (або перепозиціонування) компанії, визначення принципів її функціонування та розвитку, проектування бізнес-моделі. Ці процеси мають стати поштовхом для розширення таких сегментів консалтингового ринку, як консультування зі стратегії, а також зростання попиту на такі консалтингові продукти, як формування фінансової стратегії, стратегічне планування, інформаційної стратегії компанії [3].

Між становленням ринку консалтингових послуг України загалом та в регіонах існує пряма залежність. Динамічний розвиток консалтингу на мезорівні забезпечуватиме позитивні тенденції до його формування та ефективного функціонування і на макрорівні. Проте можна виділити основні стримуючі та стимулятивні фактори цього процесу (рис. 2).

В економічній теорії та практиці не існує чітко розробленого алгоритму надання консалтингових послуг, який був би єдино правильним та універсальним для використання. Однак, хоча процедури і методи можуть різнитися, мета і принципи залучення зацікавлених сторін до процесу консультування залишаються незмінними: покращення якості функціонування підприємства та результативності пропонованих рішень.

Базова модель консультування у ЄС містить такі елементи [9]:

- підготовчий етап: визначення потреби у нових рішеннях, збір інформації, даних, статистики, досвіду, обговорення загальних ідей;
- передконсультаційний етап: розроблення проектів політики чи нормативного акта (можливо також – альтернативних проектів чи сценаріїв), проведення аналізу регуляторного впливу, вибір методів проведення консультацій, визначення зацікавлених сторін і встановлення контактів з ними, складення плану і графіку консультацій;
- консультаційний етап: надання інформації про графік і методи консультацій, проведення консультацій, збір позицій щодо питання консультацій;
- постконсультаційний етап: редагування проекту політики чи регулювання відповідно до результатів консультацій, забезпечення зворотного зв'язку, опублікування результатів консультацій;
- етап прийняття рішення, реалізації, моніторингу й оцінки.

На відміну від поширеного в розвинених країнах планомірного співробітництва з консультантами, які здійснюють обслуговування компаній з фінансово-економічно-управлінських питань, консультування в Україні використовується *епізодично*. Це пов'язано з тим, що переважна більшість підприємств, фірм і компаній звертаються за консультаційною допомогою в критичних ситуаціях, коли власними зусиллями не можна вирішити існуючі проблеми.

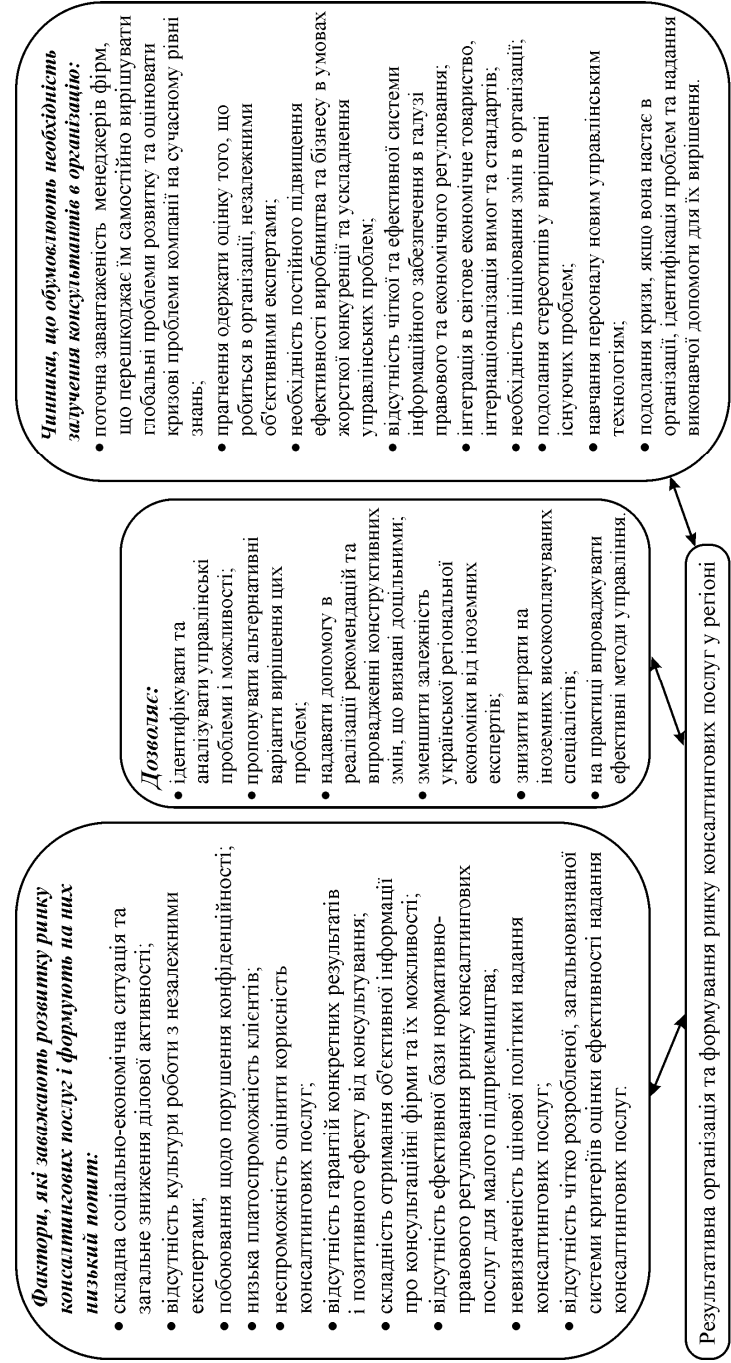


Рис. 2. Стримуючі та стимулюючі фактори розвитку ринку консалтингових послуг в Україні та її регіонах

Джерело: власні дослідження.

Висновки Ради ЄС з конкурентоспроможності та Лісабонської Ради визначили для країн-членів ЄС національні цілі у різних сферах, включно зі сферою підприємництва. На основі цих цілей пізніше були вироблені кількісні й якісні критерії реалізації Європейської Хартії малого підприємництва. Частину цих критеріїв можна застосувати для оцінювання якості процесу консультування, запровадженого у тій чи іншій країні. Враховуючи думку авторів цих досліджень, пропонуємо свій алгоритм надання консалтингових послуг (рис. 3). Здійснення такого проекту може займати від кількох днів до кількох місяців. Іноді контакти з клієнтами можуть бути і багаторічними. З погляду методів можна розрізнити такі види консультування: експертне, процесне і навчальне.

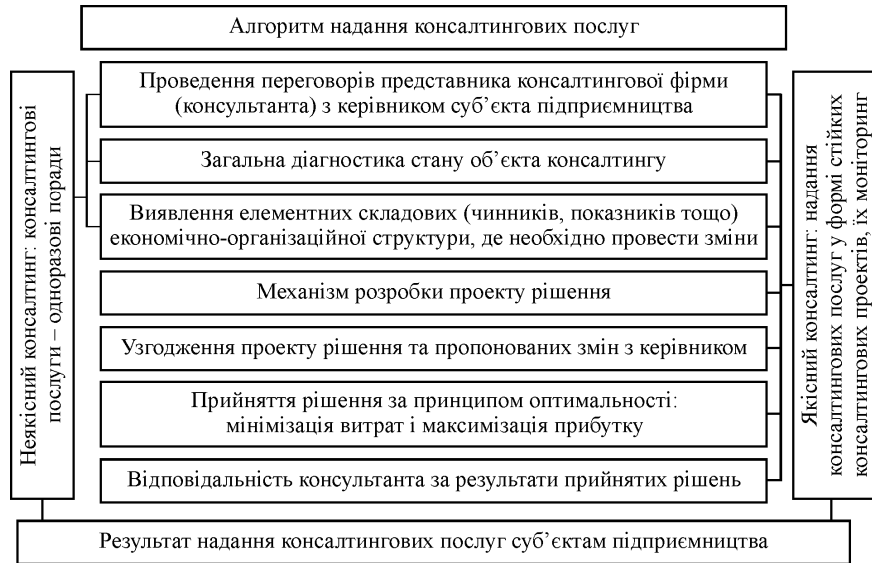


Рис. 3. Алгоритм надання консалтингових послуг (власні дослідження)

Важливим і необхідним інфраструктурним елементом під час формування ринку консалтингових послуг регіону, зокрема для суб'єктів малого підприємства, виступають бізнес-інкубатори. Вони представляють собою оптимальну форму взаємодії науки і підприємництва, яка сприяє ефективній діяльності новостворених малих інноваційних фірм.

За узагальненими даними міжнародних організацій, одним із результативних і дієвих елементів підтримки підприємництва є саме бізнес-інкубатори, які сприяють прискоренню розвитку малих підприємств у 7-22 рази та знижують кількість їх невдач у бізнесі на 20 %. Окрім того, вони сприяють вирішенню таких питань як: оздоровлення економічної активності регіонів, розвитку внутрішніх ринків, створення та укріплення зв'язків між малим бізнесом, підвищення інноваційної активності бізнесу, зайнятості та рівня життя місцевого населення.

Бізнес-інкубатори – це організації, основною задачею яких є підтримка малих, знову створених фірм і підприємців-початківців, які хочуть, але не мають можливості почати свою справу [10]. Вони потрібні для: збільшення кіль-

кості успішно працюючих підприємців на місцевому ринку; залучення фінансових та інших ресурсів у регіон; допомоги у створенні та просуванні нових продуктів, товарів і послуг; зменшення ризику в бізнесі; підвищення можливостей працевлаштування; безкоштовної інформації для місцевої адміністрації про розвиток та проблеми підприємства в регіоні; підтримки і супроводу підприємств; збільшення ділових зв'язків та комунікацій.

В Україні створення перших бізнесів-інкубаторів стимулювалося міжнародною фінансовою допомогою. Так, наприкінці 90-х років. Агентство міжнародного розвитку США (USAID) фінансувало виконання Програми розвитку бізнесів-інкубаторів в Україні (BID). У рамках цієї програми були створені такі бізнеси-інкубатори, як: технологічний бізнес-інкубатор "Харківські технології", бізнес-інкубатор Херсонської торгово-промислової палати, бізнес-інкубатор Об'єднаного профкому Чорнобильської АЕС у м. Славутичі й ін. [11].

Зареєстровані ці бізнес-інкубатори переважно як громадські організації, оскільки саме такий статус давав їм можливість отримати інфраструктурну підтримку від благодійних фондів, яка є критично важливою в період їх заснування. Проте якщо насамперед у такій формі підтримки підприємництва зацікавлена міська влада, то бізнес-інкубатор можна заснувати як комунальне підприємство.

Починаючи з 9 грудня 2010 р., Регіональний фонд підтримки підприємства по Івано-Франківській обл. у партнерстві з Регіональним консультативно-інформаційним центром м. Прешова (Словаччина) реалізують проект "Підвищення підприємницького потенціалу прикордонного регіону шляхом створення інституцій підтримки підприємства" в рамках Програми прикордонного співробітництва Європейського Інструменту Сусідства та Партнерства "Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007-2013".

Одним з основних результатів реалізації проекту є розроблення власної Концепції бізнес-інкубування, яка передбачає отримання підприємцем-початківцем протягом 2-річного періоду кількох чи всіх видів бізнес-послуг в одному місці, а саме:

1. Фізична інфраструктура – офіс чи робоче приміщення для суб'єкта підприємницької діяльності, а також доступ до офісного обладнання, що для початківців може бути надто дорогим для придбання.
2. Секретарські, а також "офісні" послуги (копіювання, сканування, оброблення, друкування документів тощо) – особливо корисні для щойно створених підприємств.
3. Комунікаційні послуги, послуги зв'язку та надання інформації – телефон, телефакс, e-mail, Internet, доступ до інформаційно-довідкової літератури та періодики.
4. Послуги з безпеки та охорони – можливість зберігання важливих документів у сейфі, зовнішня охорона території бізнес-інкубатора;
5. Юридичний, бухгалтерський супровід, консультації з бізнес-планування, інвестування, фінансового забезпечення бізнесу.
6. Рекламно-промоційні та маркетингові послуги – доступ до баз даних потенційних постачальників, споживачів, бізнес-партнерів, інвесторів, дистриб'юторів.

7. Навчально-просвітницькі послуги – організація і проведення, а також забезпечення участі у семінарах, конференціях, засіданнях у форматі "круглого столу" з актуальних питань ведення бізнесу.
8. Тренінгові послуги – навчання необхідних професійних і технічних навичок.
9. Послуги "ноу-хау" – допомога інкубантам юридичними консультаціями щодо ліцензування, "ноу-хау", інноваційної діяльності.
10. "Післяінкубаційний" пакет бізнес-послуг – індивідуальні консультації для бізнес-інкубантів, тобто їх підготовка до "виходу" з бізнес-інкубатора.

Головна запорука успіху формування ринку консалтингових послуг у регіоні за допомогою бізнес-інкубаторів – це гнучкість. Інкубатори варто розглядати не просто як структуру, що пропонує офісні та виробничі приміщення підприємствам-початківцям, а як цілий комплекс послуг з метою підвищити їхні шанси на успіх. Отже, інкубатор повинен мати якомога повнішу інформацію про місцеві умови, а його власний бізнес-план повинен бути зорієнтований на оптимальне використання місцевих ресурсів в інтересах розвитку місцевої економіки.

Створення бізнес-інкубатора на Івано-Франківщині є головною передумовою становлення та розвитку ринку консалтингових послуг у регіоні, оскільки такого виду консалтингу в чистому вигляді для підприємств, зокрема суб'єктів малого та середнього бізнесу, в області немає, проте робота в цьому напрямі проводиться регулярно.

Висновки. Формування ринку консалтингових послуг у регіоні має такі проблеми: складна макроекономічна ситуація та загальне зниження ділової активності; консультування має епізодичний характер (особливо в розрізі районів), використовується зазвичай лише в критичних ситуаціях; відсутність спеціалізації консалтингових послуг, що надаються; складність оцінки консалтингового бізнесу стосовно його прибутковості, фінансової привабливості та корисності; ігнорування комплексного підходу до рішення завдань клієнтів – неможливість отримання реального результату та фінансової віддачі; низька платоспроможність клієнтів та небажання платити за "невідчутні" послуги; складність отримання об'єктивної інформації про консультаційні фірми та їх можливості.

Вирішення зазначених питань можливе через проведення регуляторної діяльності ринку консалтингових послуг з боку держави шляхом введення нормативно-правового акта, що регулює ринок консалтингових послуг; вдосконалення правового регулювання ліцензованого консалтингу та запровадження професійно-громадської акредитації неліцензованого, як твердої гарантії якості послуг; забезпечення на державному рівні розвитку пріоритетних напрямів консалтингу – стратегічного, інвестиційного, інноваційного, енергетичного; розроблення методичних рекомендацій щодо здійснення консалтингових послуг на практиці; підтримка розвитку продуктивних, географічних та галузевих сегментів українського консалтингового ринку, який повинен відображати економічний розвиток регіону, певних секторів його економіки; адаптованість пакету консалтингових послуг до потреб клієнтів у регіоні; підвищення професіоналізму консультантів, якості виконання замовлень, дотримання етичних стандартів, здатних задовольнити потреби споживачів.

Література

1. Економічна енциклопедія. – У 3-ох т. / голов. редкол. С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Вид. центр "Академія", 2000. – Т. 1. – 864 с.

2. Верніков Г.Г. Консалтинг / Г.Г. Верніков. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.cfin/consulting/vernicov/gu>.
3. Верба В.А. Структурна конфігурація вітчизняного ринку консалтингових послуг / А.В. Верба // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Сер.: Проблеми економіки та управління. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка". – 2010. – № 683. – С. 49-54.
4. Спільник І. Консалтингова діяльність в Україні: проблемні питання та аналітичні аспекти / І. Спільник // Наукові записки. – 2005. – № 14. – С. 149-152.
5. Міжнародна класифікація консалтингових послуг. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.probank.net.ua/page/classification.html>.
6. Чайка І.П. Маркетинг консалтингових послуг на підприємствах : дис. ... канд. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)", 2009. – 20 с. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.dlib.com.ua/marketynh-konsaltnyhovykh-posluh-na-pidpryemstvakh.html>.
7. Дослідження ринку консалтингових послуг в Україні. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.expertra.com/index.php?temp=audit>.
8. Исследование услуг менеджмент консалтинга в Украине. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.uamc.com.ua/MCS_ru.php3.
9. Ляпіна К.М. Підвищення конкурентоспроможності країни шляхом проведення консультацій з бізнес-асоціаціями – на прикладі досвіду європейського союзу / К.М. Ляпіна, Д.В. Ляпін, І.А. Піддубська // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – К. : ВПЦ "Київський університет". – 2008. – Вип. 15. – С. 17–24.
10. Ціхан Т. Інноваційна інфраструктура: досвід створення бізнес-інкубаторів / Т. Ціхан. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.patent.km.ua/ukr/articles/i404>
11. Гаташ В. Бізнес-інкубатор для маленьких і середніх інноваційних фірм / В. Гаташ // Дзеркало тижня. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zn.kiev.ua>.
12. Сайт Херсонська торгово-промислової палати. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.chamber.kherson.ua/bi.php>.
13. Офіційний сайт бізнесу-інкубатора. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.slavutich.kiev.ua/business>.

Проданова И.И., Бережницкая У.Б. Становление и формирование рынка консалтинговых услуг в регионе

Уточнены суть, цель, задачи и основные субъекты рынка консалтинговых услуг в регионе. Обоснованы сдерживающие и стимулирующие факторы развития рынка консалтинговых услуг, разработан алгоритм их предоставления. Определена роль бизнес-инкубаторов в становлении и формировании рынка консалтинговых услуг региона.

Ключевые слова: консалтинг, рынок, регион, бизнес-инкубатор.

Prodanova I.I., Berezhnitska U.B. Formation and forming of the market of consulting services in the region

The essence, goals, objectives and main subjects of the market of consulting services in the region are defined more precisely. The constraints and stimulating factors of development of the market of consulting services are grounded, the algorithm of such services production are formed. The role of business incubators in formation and forming of the market of consulting services in the region is defined.

Keywords: consulting, market, region, business incubator.

УДК 658.012.32:338.1 Асист. М.І. Романишин – НУ "Львівська політехніка"

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто побудову механізму забезпечення економічної стабільності підприємства, що базується на формуванні послідовності етапів, сукупності принципів, методів, засобів, показників, функцій та управлінських рішень, необхідних для за-