

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

«___» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОЦІНКА
ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ У СФЕРІ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ
СТВОРЕННЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРУ)»**

Виконавець:

студентка ЦЗФН

Сальнікова Стелла Сергіївна _____

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Доброва Наталя Василівна _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ	6
1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку консалтингових послуг	6
1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері консалтингових послуг	16
1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРУ.....	25
2.1. Аналіз ринку консалтингових послуг в м. Одеса	25
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу.....	37
2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування консалтингового центру	52
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРУ.....	66
3.1. Оцінка прибутковості проєкту	66
3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту	69
3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту.....	72
3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання	79
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. У сучасних умовах трансформації економіки України зростає попит на якісні консалтингові послуги, які дозволяють бізнесу адаптуватися до змін, оптимізувати процеси та підвищити конкурентоспроможність. Особливо актуальним є створення регіональних консалтингових центрів, які можуть надати мікро-, малим та середнім підприємствам доступ до фахової допомоги в сфері стратегічного планування, управління фінансами, маркетингу та юридичних консультацій. Реалізація такого проєкту є не лише перспективною з економічної точки зору, а й соціально значущою, адже сприяє розвитку підприємництва та зайнятості населення.

Проблеми організації підприємницької діяльності вирішували в своїх працях такі українські науковці, як: Чукурна О. [2], Бурбело Н. [3], Филюк Г. [5], Доброва Н. В. [20], Храпкіна В.В. [24], Кузнецова І. О. [26] та інші.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері послуг.

Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні **завдання**:

- 1) охарактеризувати бізнес-ідею створення власної справи на ринку консалтингових послуг;
- 2) проаналізувати умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері консалтингових послуг;
- 3) обґрунтувати організаційно-правову форму та систему оподаткування новоствореного бізнесу;
- 4) провести аналіз ринку консалтингових послуг м. Одеси;
- 5) здійснити оцінку конкурентних переваг новоствореного бізнесу;
- 6) сформулювати витрати на відкриття та функціонування консалтингового центру;
- 7) оцінити прибутковість проєкту створення консалтингового центру;
- 8) розглянути життєвий цикл проєкту створення консалтингового центру;

9) провести розрахунок грошових потоків та аналіз показників економічної ефективності проєкту створення консалтингового центру;

10) проаналізувати можливі ризики проєкту та розробити заходи щодо їх подолання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення консалтингового центру.

Предмет дослідження – бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері послуг.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених у кваліфікаційної роботі завдань були використані такі методи дослідження, як:

- аналіз і синтез – для вивчення літературних джерел та узагальнення інформації щодо ринку консалтингових послуг;
- метод порівнянь – для оцінки конкурентного середовища;
- економіко-математичне моделювання – при розрахунку показників ефективності проєкту;
- SWOT-аналіз – для виявлення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз;
- метод експертних оцінок – при визначенні попиту на послуги консалтингового центру;
- фінансове планування – для обґрунтування інвестиційних витрат і прогнозу доходів.

Інформаційна база дослідження: офіційні статистичні дані Державної служби статистики України; аналітичні звіти профільних організацій у сфері консалтингу; законодавчі та нормативні акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні; матеріали наукових публікацій і фахових видань; дані опитування потенційних клієнтів консалтингових послуг; внутрішні розрахунки, що базуються на припущеннях і прогнозах відповідно до поточної ринкової ситуації.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних

джерел (37 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 94 сторінки. Основний зміст викладено на 86 сторінках. Робота містить 33 таблиці, 10 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи на ринку консалтингових послуг

Останні десятиліття ознаменувалися стрімким зростанням ролі консалтингових послуг у глобальній економіці, що зумовлено зростаючою складністю бізнес-середовища та необхідністю адаптації підприємств до постійних змін. У цьому контексті, консалтинг виступає не лише як інструмент вирішення поточних проблем, а як стратегічний ресурс для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності компаній.

Ринок консалтингових послуг в Україні є динамічним сегментом економіки, що характеризується як загальними світовими тенденціями, так і специфічними особливостями, зумовленими соціально-економічними умовами країни. В українській нормативній базі відсутнє офіційне визначення консалтингових послуг, що створює певні складності для суб'єктів господарювання при оформленні документів та веденні діяльності в цій сфері. Натомість, існують визначення інших послуг, таких як маркетингові послуги, які описані в Податковому кодексі України (пп. 14.1.108). Маркетингові послуги охоплюють широкий спектр діяльності, включаючи вивчення ринку та стимулювання збуту продукції, але вони виходять за межі чистого консультування [1].

Консалтингова діяльність можна розглядати як надання фахової консультаційної підтримки підприємствам у різних галузях господарської діяльності. Це включає надання комплексної інформації, порад та рекомендацій на основі власних досліджень та аналізу даних. Консалтинг може здійснюватися в різних сферах, таких як юридична, фінансова, управлінська, технічна та медична. У сучасному бізнес-середовищі консалтингові послуги набули

особливого значення через здатність підвищувати ефективність підприємств шляхом оптимізації бізнес-процесів та впровадження інноваційних рішень.

Згідно з дослідженнями, проведеними українськими науковцями Чукурною О.П., Базикою С.К. та Федчиком О.В., у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) консалтингові послуги мають особливе значення, оскільки вони допомагають підприємствам адаптуватися до нових викликів та можливостей, пов'язаних з цифровою трансформацією [2].

Консалтингові послуги охоплюють широкий спектр напрямів, серед яких ключові є управлінський, фінансовий, ІТ-консалтинг та HR-консалтинг. Кожен з цих напрямків спрямований на вирішення специфічних завдань та проблем підприємств. Так управлінський консалтинг підвищує ефективність управління, фінансовий консалтинг оптимізує фінансові потоки, ІТ-консалтинг впроваджує сучасні інформаційні технології, а HR-консалтинг забезпечує ефективне управління людськими ресурсами. Ці послуги стають все більш важливими для підприємств у сучасній економіці, особливо в умовах стрімких технологічних змін та глобалізації.

Згідно зі статтею українського науковця Бурбело Н.О., консалтингові послуги в Україні мають певні відмінності у порівнянні з європейським ринком, зокрема, вищий рівень попиту на консультації з операційної діяльності та маркетингу [3, с. 324–325]. Ринок консалтингових послуг в Україні є динамічним та складним сегментом економіки, що поєднує загальні світові тенденції з національними особливостями. Пандемія COVID-19 та військова агресія росії значно вплинули на структуру попиту та пропозиції консалтингових послуг. Ці фактори стимулювали підприємства до оптимізації бізнес-процесів та адаптації до нових умов, але також призвели до зниження інвестиційної активності та скорочення обсягів консалтингових проектів у деяких галузях.

Основні фактори, що впливають на розвиток ринку консалтингових послуг в Україні, розглянуті у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Вплив різних елементів на ринок консалтингових послуг в Україні

Фактор	Вплив	Сектори, які зазнали найбільшого впливу
Пандемія COVID-19	Стимулювання попиту на оптимізацію бізнес-процесів, перехід на онлайн-формати, зниження інвестиційної активності	Готельно-ресторанний бізнес, туризм, роздрібна торгівля
Військова агресія росії	Економічна нестабільність, руйнування інфраструктури, переорієнтація бізнесу на безпекові питання	Будівництво, промисловість, логістика
Цифрова трансформація	Зростання попиту на ІТ-консалтинг, впровадження нових технологій, розвиток онлайн-сервісів	Усі сектори економіки
Зміна споживчих переваг	Розвиток маркетингового консалтингу, дослідження споживчої поведінки, розробка стратегій залучення клієнтів	Роздрібна торгівля, сфера послуг
Державна підтримка бізнесу	Стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва, надання грантів та кредитів, підтримка експорту	Малий та середній бізнес

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 1.1 демонструє вплив макроекономічної ситуації, обмеженої ємності ринку, проблем ресурсного забезпечення та інших чинників на розвиток консалтингового ринку.

Вплив різних факторів на розвиток ринку консалтингових послуг в Україні підкреслюється в аналізі таблиці. Однак варто зазначити, що на цьому ринку активно діють міжнародні компанії, які відіграють значну роль у формуванні та розвитку ринку.

За даними платформи Clutch, серед лідерів ринку консалтингу в Україні можна виділити Clarity Ukraine, White Test Lab, CRMiUM, Eventyr - Member of Sigma Software Group, та Rozdoun [4].

Згідно з аналізом ринку консалтингу в Україні від YouControl, попит на консалтингові послуги продовжує зростати, особливо у сферах, пов'язаних з

підвищенням ефективності бізнесу та залученням фінансування. Компанії, представлені на Clutch, демонструють різні сильні сторони. Clarity Ukraine відзначається високою здатністю до виконання проектів та значною ринковою присутністю. White Test Lab пропонує доступні ціни та високий рівень відгуків клієнтів. CRMiUM є лідером у сфері CRM-консалтингу, а Eventyr спеціалізується на IT-консалтингу. Rozdoum має багаторічний досвід у бізнес-консалтингу та IT-послугах.

Цей зростаючий попит на консалтингові послуги відображається у динаміці обсягів реалізації таких послуг в Україні. На рис. 1.1 представлені дані про обсяг консалтингових послуг в Україні за період 2019-2023 років з прогнозом на 2024-2025 роки.

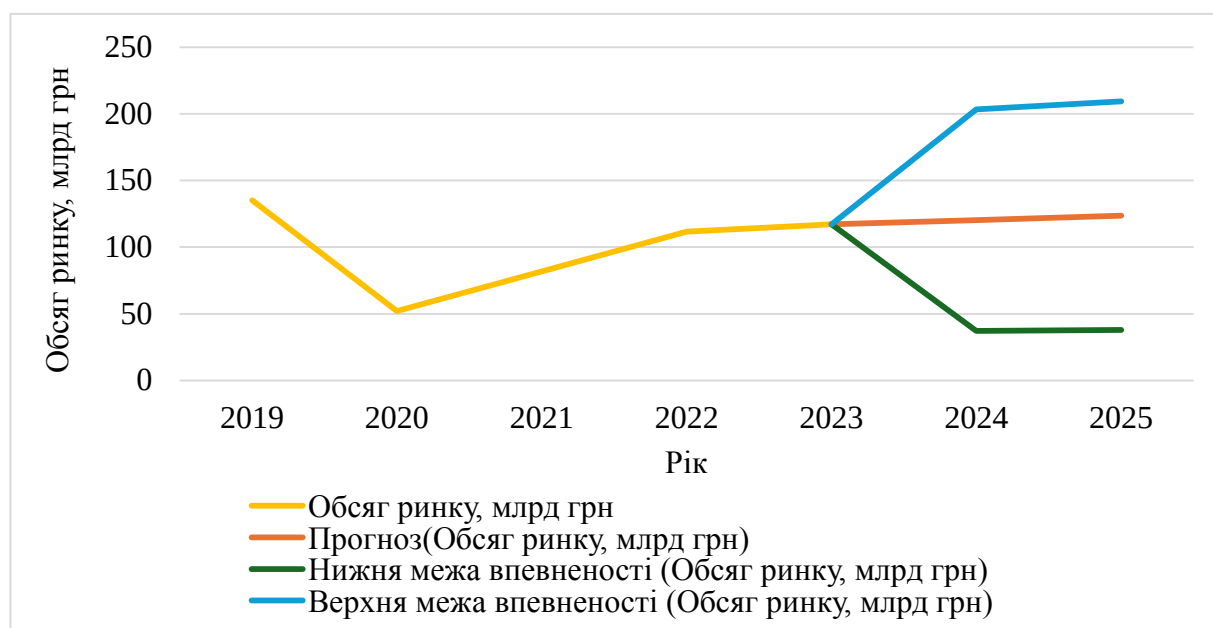


Рис. 1.1. Обсяги ринку консалтингових послуг (2019–2023 р.р.).

Джерело: складане за даними [5, с. 122].

Дані з рис. 1.1 демонструють поступове відновлення ринку консалтингових послуг в Україні після кризових років та його подальший розвиток. Це свідчить про актуальність діяльності компаній типу Clarity Ukraine та інших лідерів ринку у сфері підвищення ефективності бізнесу та залучення фінансування. Аналіз динаміки ринку за період 2019–2023 років підкреслює чутливість галузі до зовнішніх чинників. Зниження у 2020 році було

спричинене пандемією COVID-19, тоді як відновлення у 2021–2022 роках пов'язане з цифровою трансформацією та зростанням попиту на стратегічні консультації. У 2023 році знову спостерігається зниження через воєнний стан та економічну турбулентність. Прогноз на 2024–2025 роки більше оптимістичний, оскільки очікується значне зростання обсягів ринку консалтингових послуг. Зростаюча потреба в професійному супроводі бізнесу після кризи є однією з причин цього. Першим є поступова стабілізація економіки, а другим є підвищений інтерес до управлінської модернізації та інноваційних рішень. Таким чином, ринок консалтингових послуг України поступово демонструє ознаки сталого розвитку, що створює підґрунтя для його розширення в середньостроковій перспективі.

Після ретельної оцінки останніх змін на ринку консалтингових послуг в Україні, наступним кроком буде вивчення розподілу популярності в різних сегментах консалтингу. Ця інформація дозволяє отримати глибоке розуміння структури ринку та визначити найбільш затребувані послуги серед українських компаній. Розгорнутий огляд популярності різних сегментів консалтингу в Україні представлено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Популярність різних сегментів консалтингу в Україні

Сегмент консалтингу	Опис послуг	Популярність в Україні
1	2	3
Управління персоналом	Послуги з набору та розвитку персоналу, HR-консалтинг.	Середня
Фінансовий консалтинг	Послуги з фінансового планування, аудиту та оподаткування.	Висока
Стратегічний консалтинг	Розробка довгострокових стратегій розвитку бізнесу.	Висока (для великого бізнесу)
Операційна діяльність	Оптимізація бізнес-процесів та підвищення ефективності.	Висока

Продовження табл. 1.2

1	2	3
Маркетинговий консалтинг	Послуги з розвитку маркетингових стратегій та брендингу.	Висока
ІТ-консалтинг	Послуги з впровадження ІТ-технологій та їх підтримки.	Висока

Джерело: складене за даними [6].

Розглянувши популярність різних сегментів консалтингу в Україні, можна зробити висновок, що ІТ-консалтинг, фінансовий консалтинг, стратегічний консалтинг, операційна діяльність та маркетинговий консалтинг займають провідні позиції на цьому ринку. Ця популярність пов'язана з зростаючою потребою бізнесу в покращенні ефективності своїх операцій, впровадженні нових технологій і адаптації до змін.

Створення консалтингового центру в Україні є важливим через динаміку ринку, яка характеризується збільшенням попиту на кваліфіковану допомогу під час кризових і післякризових ситуацій. Аналіз обсягів ринку за 2019–2023 роки (рис. 1.1) показує, що після спаду, спричиненого пандемією COVID-19 та повномасштабною війною, спостерігається стабілізація та прогнозоване зростання на 2024–2025 роки. Це свідчить про повернення довіри бізнесу до консалтингових рішень, коли йдеться про адаптацію до цифрової трансформації, оптимізацію витрат і стратегічне планування.

Ринок консалтингових послуг в Україні демонструє зростаючий попит на комплексні рішення, які допоможуть підприємствам подолати наслідки економічної турбулентності та адаптуватися до нових умов ведення бізнесу. Зокрема, підприємства потребують послуг з оптимізації бізнес-процесів (операційний консалтинг займає 25% ринку) та впровадження ІТ-технологій (частка ІТ-консалтингу становить 35% у структурі попиту) [5, с. 117–122]. Крім того, зростає потреба в антикризових стратегіях, що підтверджується збільшенням запитів на стратегічний консалтинг та консалтинг з управління людськими ресурсами (20% і 15% відповідно).

Створення консалтингового центру в Одесі, одному з найважливіших економічних центрів України, має свої особливості. Оскільки Одеса є важливим логістичним центром країни, послуги з стратегічного управління та оптимізації ланцюгів поставок мають великий попит. На одеському ринку вже працює кілька компаній, які спеціалізуються на IT-консалтингу та автоматизації бізнесу. Серед них «ХВОЯ Інтегра», «ІНТЕХ» і «Baker Tilly», які спеціалізуються на автоматизації управління та впровадженні програмних рішень на базі «1С» [7]. Крім того, в Одесі діє об'єднання «Odesa IT Family», яке спрямоване на розвиток IT-галузі та створення інноваційного іміджу регіону. Ця організація об'єднує кілька IT-компаній і планує створити єдину платформу для взаємовигідної співпраці учасників [8].

Новостворений консалтинговий центр "StratITech" планує пропонувати унікальну модель послуг, що поєднує стратегічне управління та IT-консалтинг. Ця діяльність дозволяє клієнтам отримувати технічні рішення та планувати довгострокові впровадження. Консалтинговий центр готує інструменти для кризового управління та співпрацює з міжнародними організаціями для фінансування проектів малого бізнесу, допомагаючи їм адаптуватися до військових обставин.

Ефективне функціонування консалтингового центру "StratITech" вимагає ретельного планування поточних витрат, що є ключовим елементом фінансової стабільності та прибутковості. Визначення та обґрунтування всіх необхідних витрат на операційну діяльність, таких як орендна плата, комунальні послуги, реклама та маркетинг, а також інші адміністративні витрати, є частиною планування поточних витрат [18, с. 203–204]. Оптимізація цих витрат дозволяє забезпечити ефективне використання ресурсів та підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку консалтингових послуг.

Забезпечення достатнього обсягу стартового капіталу є критично важливим для успішного запуску консалтингового центру "StratITech". Стартовий капітал включає витрати на реєстрацію підприємства, оренду приміщення, придбання обладнання, найм персоналу, маркетинг та інші

необхідні витрати на початковому етапі діяльності. Ефективне управління стартовим капіталом дозволяє забезпечити стабільний початок діяльності та реалізувати стратегічні плани розвитку підприємства. Основні складові елементи стартового капіталу представлено в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Складові елементи стартового капіталу

Елемент витрат	Опис
Витрати на реєстрацію	Оплата державних зборів, послуг посередників (за потреби)
Витрати на оформлення атрибутів підприємства	Виготовлення печатки, штампів, фірмового бланку, таблички з назвою
Оренда/купівля/будівництво/перепланування приміщення	Витрати на оренду, купівлю або будівництво приміщення для офісу або надання послуг, а також витрати на перепланування або ремонт приміщення (за потреби)
Плата за отримання ліцензій/дозволів	Оплата за отримання необхідних ліцензій, патентів, дозволів та інших документів, необхідних для ведення консалтингової діяльності (якщо такі потрібні)
Купівля/оренда обладнання/інструментів/технологій	Витрати на придбання або оренду необхідного обладнання (комп'ютери, принтери, сканери), інструментів (програмне забезпечення для аналізу даних, CRM-системи) та технологій (доступ до баз даних, онлайн-платформи)
Купівля запасу сировини/матеріалів	Витрати на придбання необхідних матеріалів та сировини для надання консалтингових послуг (наприклад, канцелярське приладдя, витратні матеріали для друку)
Купівля інвентарю/офісного обладнання/ПЗ	Витрати на придбання меблів, офісного обладнання (комп'ютери, телефони, факси), програмного забезпечення (офісні програми, CRM-системи, програми для аналізу даних)
Витрати на персонал	Витрати на пошук, найм, навчання та оплату праці персоналу (консультанти, аналітики, адміністративний персонал)
Витрати на рекламу та маркетингові дослідження	Витрати на розробку та проведення рекламних кампаній, маркетингові дослідження ринку консалтингових послуг, розробку веб-сайту та просування в соціальних мережах

Джерело: складене за даними [18, с. 132–134].

Детальне планування та формування стартового капіталу є фундаментальними для успішного запуску консалтингового центру "StratITech". Визначення та забезпечення необхідних ресурсів на початковому етапі дозволяє

не лише стабілізувати фінансовий стан підприємства, а й створити міцну основу для подальшого розвитку та розширення спектру послуг.

Важливим організаційним аспектом діяльності консалтингового центру є визначення видів економічної діяльності (КВЕД), яким відповідають послуги, що надаються. За класифікацією КВЕД-2010, консалтингові послуги центру належать до класу 70.22 «Консультавання з питань комерційної діяльності й керування», що підтверджує її спрямованість на надання консультаційних послуг щодо керування та комерційної діяльності підприємств [9]. Крім того, діяльність консалтингового центру може також включати консультавання щодо інформатизації (62.02), що дозволяє надавати комплексні рішення для клієнтів.

Стратегія залучення клієнтів передбачає використання цифрового маркетингу: SEO-оптимізації для ключових запитів ("стратегічний консалтинг в Україні", "ІТ-консалтинг для логістики"), відеореєстрацій з успішними проектами (наприклад, оптимізація ланцюгів поставок для промислової компанії, що призвела до зниження витрат на 25%). Також не є виключеннями партнерські ініціативи: співпрацю з платформами на кшталт Clutch та The Manifest для включення в рейтинги топ-консалтерів, проведення безкоштовних вебінарів з темами "Як вижити бізнесу в умовах війни" та "Інструменти цифрової трансформації".

Стратегії маркетингу повинні бути спрямовані на залучення клієнтів і збільшення видимості компанії. Можна просувати товари та створювати сильний бренд за допомогою цифрового маркетингу та соціальних мереж. Аналіз ринку, визначення цільової аудиторії та створення оригінальної пропозиції повинні бути частиною маркетингової стратегії. Маркетинговий консалтинг допомагає створити емоційні зв'язки з клієнтами, підвищити впізнаваність бренду та оптимізувати канали просування.

Партнерські відносини з іншими підприємствами та організаціями дозволяють розширити спектр послуг та підвищити авторитет компанії. Співпраця з іншими учасниками ринку може забезпечити доступ до нових технологій, клієнтів та ринків, що суттєво підвищує конкурентоспроможність.

Формування цінової політики є одним із найважливіших факторів, що визначають конкурентоспроможність підприємства на ринку. Вона забезпечує баланс між ціною, прибутком і попитом, дозволяючи адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури та потреб споживачів. Неправильний вибір цінової політики може призвести до зниження продажів, втрати ринкової позиції та зниження прибутковості. Цикл управлінських рішень складається з чотирьох основних частин процесу формування цінової політики (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Циклічний процес формування цінової політики підприємства

Джерело: складене за даними [18, с. 231-236].

Таким чином, формування цінової політики є безперервним циклічним процесом, що включає підготовку, прийняття, реалізацію та контроль управлінських рішень. Такий підхід дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, враховувати потреби споживачів і конкурентне

середовище, що є запорукою збереження конкурентоспроможності та стабільного розвитку.

Ефективна цінова політика, у свою чергу, потребує не лише правильного вибору методів і стратегій ціноутворення, а й високого професіоналізму персоналу, який здатен реалізувати ці рішення на практиці. Професійний розвиток персоналу є важливим для забезпечення високого рівня якості наданих послуг. Постійне навчання та підвищення кваліфікації фахівців дозволяють компанії адаптуватися до змін на ринку та надавати клієнтам інноваційні рішення.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері консалтингових послуг

Відповідно до чинного законодавства України, підприємницька діяльність регулюється рядом законів та нормативних актів, які забезпечують правову базу для функціонування підприємств у різних галузях економіки. Одним з ключових законодавчих актів, прийнятих у 2025 році, є Закон України «Про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період» №4196-IX [10]. Цей закон скасовує чинність Господарського кодексу України та вводить нові правила, спрямовані на підвищення інвестиційної привабливості країни та інтеграцію України до міжнародних економічних стандартів.

Першочерговим етапом започаткування підприємницької діяльності є державна реєстрація суб'єкта господарювання. Вона здійснюється відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» і передбачає внесення відомостей про новостворений суб'єкт до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР). Державна реєстрація засвідчує факт створення або припинення підприємницької діяльності, забезпечуючи державний облік та контроль за діяльністю суб'єктів

господарювання [17, с. 339]. Нижче у таблиці 1.4 розглянемо основні законодавчі акти, що мають найбільше значення для підприємницької діяльності.

Таблиця 1.4

Основні законодавчі акти України та їх значення для консалтингового центру

Законодавчий акт	Основні положення	Значення для консалтингового центру
Цивільний кодекс України	Регулює цивільні правовідносини, включаючи власність та зобов'язання.	Визначає правові підстави для укладення договорів та захисту майна засновників.
Закон України «Про підприємництво»	Визначає загальні засади підприємницької діяльності та права підприємців.	Встановлює основні принципи здійснення підприємницької діяльності та права підприємців.
Податковий кодекс України	Регулює питання оподаткування підприємств та фізичних осіб-підприємців.	Визначає правила оподаткування для консалтингових послуг та спрощені системи оподаткування для малих підприємств.

Джерело: складане за даними [1], [10]

Відповідно до статті 7 Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 222-VIII від 02.03.2015, яка містить вичерпний перелік видів господарської діяльності, що підлягають обов'язковому ліцензуванню, консалтингова діяльність не включена до цього переліку та, відповідно, не підлягає ліцензуванню. Водночас, ліцензуванню підлягають такі види діяльності, як банківська діяльність та надання фінансових послуг у визначених законом випадках, медична практика, освітня діяльність, діяльність у сфері медіа, виробництво і торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами, а також інші види, визначені у статті 7 цього Закону. Таким чином, для консалтингового центру "StratITech" відсутність обов'язку отримання ліцензії на основну діяльність спрощує організаційно-правові аспекти ведення бізнесу [11]. З метою забезпечення високої якості послуг та підвищення довіри клієнтів, планується дотримуватися найвищих професійних стандартів. У цьому

контексті, усі консультанти можуть отримати сертифікацію, яка є добровільною та проводиться професійними організаціями, такими як Національна асоціація консультантів України. Враховуючи важливість професійної етики та якості послуг, розглядатиметься можливість добровільної сертифікації фахівців для підвищення авторитету консалтингового центру на ринку.

Для успішної діяльності консалтингового центру необхідно створити відповідну інфраструктуру, яка забезпечує ефективне виконання завдань, комфортні умови для працівників і клієнтів, а також відповідає сучасним стандартам. Важливими аспектами є правильний вибір розташування офісу з урахуванням доступності для клієнтів і працівників, близькості до бізнес-центрів та наявності необхідної інфраструктури, такої як транспортна доступність і парковка. Офіс має бути обладнаний сучасними комп'ютерами, мережевим обладнанням, програмним забезпеченням для аналізу даних і управління проєктами, а також ресурсами для відеоконференцій, що дозволяє ефективно працювати з клієнтами дистанційно. Не менш важливим є забезпечення безпеки даних шляхом використання систем захисту інформації, шифрування та дотримання вимог законодавства щодо захисту персональних даних.

Стандарти якості консалтингових послуг відіграють ключову роль у забезпеченні високого рівня професійності та задоволення потреб клієнтів. Консалтингова діяльність, як галузь послуг, вимагає дотримання певних стандартів, які забезпечують ефективність та результативність наданих послуг. За даними Європейської Федерації консультантів, управління якістю консультаційних послуг відбувається на трьох рівнях: базовому, нормативному та загальному рівні управління якістю [12]. Ці стандарти спрямовані на підвищення професійної кваліфікації фахівців, розвиток додаткових професійних якостей та забезпечення контролю якості на всіх етапах консультування.

На сучасному етапі український консалтинговий ринок активно налаштовується на міжнародні стандарти, підвищуючи кваліфікацію фахівців та нарощуючи кількість операторів [6].

На рис. 1.3 представлені стандарти якості консалтингових послуг, які включають якісні та кількісні характеристики послуг.

Кількісні характеристики	Якісні характеристики
• Час очікування послуги • Термін надання послуги • Інструменти та матеріали • Надійність результату • Точність виконання послуги • Безпека послуги	• Майстерність та компетентність спеціалістів • Довіра до працівників • Комфортність умов обслуговування • Ввічливість персоналу • Прозорість.

Рис. 1.3. Стандарти якості консалтингових послуг.

Джерело: складено автором

Реалізація цих стандартів дозволить підвищити авторитет та конкурентоспроможність на ринку консалтингових послуг в Україні. Наразі відсутність законодавчих стандартів якості консалтингових послуг робить актуальним розвиток внутрішніх систем контролю якості та сертифікації фахівців для підвищення довіри клієнтів та якості наданих послуг.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності та системи оподаткування новоствореного бізнесу

Підприємницька діяльність в Україні функціонує у межах різних організаційно-правових форм, кожна з яких має специфічні переваги та особливості правового регулювання. Вибір відповідної форми господарювання визначається низкою факторів, включаючи правовий статус, фінансову відповідальність, оподаткування та адміністративні вимоги. Для

консалтингового центру оптимальним варіантом може бути статус юридичної особи, оскільки це забезпечує стабільність правових відносин, розширені можливості залучення інвестицій та підвищення довіри з боку клієнтів та партнерів [18, с. 68]. В таблиці 1.5 наведена порівняльна характеристика організаційно-правових форм господарювання в Україні.

Таблиця 1.5

Порівняльна характеристика організаційно-правових форм
господарювання в Україні

Організаційно-правова форма	Переваги	Недоліки
ФОП (спрощена система)	Спрощена система оподаткування (єдиний податок); Фіксована сума податку або відсоток від доходу; Спрощена процедура реєстрації; Спрощений облік доходів; Дозвіл на використання готівкових розрахунків.	Обмеження щодо виду діяльності та кількості працівників; Обмеження за рівнем доходів; Відповідальність за борги усім своїм майном.
ТОВ	Спрощений спосіб реєстрації; Мінімальні фінансові ризики для учасників; Можливість розширення бізнесу та залучення інвестицій; Можливість участі в інших господарських товариствах; Можливість використання спрощеної системи оподаткування.	Складність ліквідації; Жорсткий контроль з боку державних органів; Вищі податки, збори та штрафи; Необхідність вносити зміни в установчі документи при зміні складу товариства; Необхідність найму бухгалтера та директора.
Кооператив	Прибуток розподіляється між членами згідно з трудовим внеском; Майно розподіляється після ліквідації пропорційно трудовому внеску; Рівні права всіх членів в управлінні кооперативом.	Необхідна наявність не менше 3 членів; Обмежена субсидіарна відповідальність.
Акціонерне товариство	Можливість використовувати різноманітні форми виробництва; Акціонер несе відповідальність за зобов'язаннями товариства лише в межах своїх акцій; Акціонери мають можливість реального контролю господарської діяльності.	Реєстрація потребує значних витрат часу та коштів; Наявні додаткові форми обліку та звітності; Складність управління; Зобов'язання по дивідендах.

Джерело: складено автором за даними [16, с. 5-7], [17, с. 238], [19].

Для новоствореного консалтингового центру оптимальним вибором є реєстрація у формі товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ), що відповідає специфіці діяльності та стратегічним цілям розвитку. Ця організаційно-правова форма забезпечує обмежену відповідальність учасників, що захищає їхнє особисте майно та сприяє стабільності бізнесу в умовах ризикованої діяльності. Крім того, гнучка структура власності і управління дозволяє швидко адаптуватися до змін ринкових умов і залучати нових інвесторів та партнерів. Відсутність мінімального розміру статутного капіталу, а також спрощена звітність і адміністрування знижують адміністративні витрати і сприяють швидкому виходу на ринок [19; 20, с. 303-315]. Завдяки цим перевагам новостворений консалтинговий центр в Одесі планується зареєструвати як ТОВ "StratITech".

Згідно з Податковим кодексом України, вибір системи оподаткування є важливим етапом у діяльності будь-якого підприємства, зокрема консалтингової компанії. Оптимальний вибір залежить від багатьох факторів, таких як обсяг доходів, кількість працівників, види діяльності та податкові пільги. Для ТОВ "StratITech" доцільним є обрання загальної системи оподаткування, що передбачає сплату податку на прибуток підприємств (18%) та податку на додану вартість (ПДВ) (20%) [5, с. 117–122].

Водночас, бюджетні методи державного регулювання економіки підтримують розвиток бізнесу, спрямовуючи державні ресурси на соціально значущі, але нерентабельні сектори, такі як освіта, охорона здоров'я та оборона. Вони сприяють соціальній стабільності, зменшуючи наслідки майнового розшарування та регіональних диспропорцій, використовуючи дотації, субсидії та пряме фінансування. Однак надмірні бюджетні витрати можуть викликати дефіцит, інфляцію та зниження інвестиційної активності, тому застосування методу має бути збалансованим [21, с. 48-50].

Враховуючи, що новостворений консалтинговий центр "StratITech" пропонує унікальну гібридну модель послуг, що поєднує ІТ-консалтинг зі стратегічним управлінням та стратегію розширення бізнесу, доцільно обрати

загальну систему оподаткування. Ця система дозволяє оптимізувати податкові витрати, забезпечуючи право на відшкодування ПДВ, що є важливим для масштабування бізнесу та придбання обладнання, програмного забезпечення і найму персоналу. Крім того, вона відкриває можливості для співпраці з великими підприємствами — платниками ПДВ, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності компанії на ринку [17, с. 294].

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» всі юридичні особи, включаючи ТОВ «StratITech», повинні вести бухгалтерський облік і подавати фінансову звітність [13]. Цей закон встановлює правила та методи бухгалтерського обліку, а також правила складання та подання фінансової звітності.

Бухгалтерський облік ведеться протягом усього життя підприємства, від його заснування до його припинення. Основними принципами бухгалтерського обліку є послідовність, яка забезпечує постійне застосування обраних методів обліку з року в рік, обачність, яка запобігає заниженню оцінки активів чи доходів і заниженню оцінки зобов'язань чи витрат підприємства, повнота, яка передбачає відображення всіх господарських операцій, і автономність, яка забезпечує відокремлене відображення майна та зобов'язань власників. Ці принципи підтримують прозорість фінансової звітності, захищають інтереси підприємства та його власників і допомагають приймати розумні рішення щодо розвитку компанії.

Фінансова звітність майбутнього консалтингового центру «StratITech» буде складена на основі даних бухгалтерського обліку та включатиме ряд важливих документів відповідно до Національних стандартів бухгалтерського обліку України. Звіт про фінансові результати, також відомий як звіт про сукупний дохід, містить інформацію про доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства за звітний період; і звіт про фінансовий стан, який показує активи, зобов'язання та власний капітал підприємства на певну дату; Звіт про власний капітал, який показує, як змінився власний капітал підприємства протягом звітного періоду. Загальна система оподаткування

вимагає щомісячної декларації з ПДВ і декларації з податку на прибуток щоквартально або раз на рік (залежно від обсягу доходу).

Відповідальність за порушення податкового законодавства України визначається Кодексом України про адміністративні правопорушення (КУпАП) і Кримінальним кодексом України (ККУ). Фінансові санкції, адміністративні стягнення та кримінальна відповідальність можуть застосовуватися залежно від типу та ступеня порушення. Таблиця 1.6 містить види порушень для кращого розуміння відповідних санкцій.

Таблиця 1.6

Відповідальність за порушення законодавства України: податкові,
адміністративні та кримінальні аспекти

Вид порушення	Стаття	Вид відповідальності	Санкції/Покарання	Примітка
Несвоєчасна сплата податків та зборів	Стаття 124 ПКУ	Фінансова	Штраф у розмірі: - 5% від суми податкового боргу при затримці до 30 днів - 10% від суми податкового боргу при затримці більше 30 днів	Розмір штрафу залежить від кількості днів прострочення сплати податку, згідно з ПКУ
Неподання або несвоєчасне подання податкової звітності	Стаття 120 ПКУ	Фінансова	Штраф у розмірі від 340 до 1020 грн, залежно від виду звітності та повторності порушення	За кожне неподання або несвоєчасне подання звітності, згідно з ПКУ
Порушення законодавства з фінансових питань	Стаття 164-2 КУпАП	Адміністративна	Штраф у розмірі від 136 до 255 грн, при повторному порушенні протягом року – від 255 до 510 грн	Приховування доходів, порушення бухгалтерського обліку тощо, згідно з КУпАП
Ухилення від сплати податків	Стаття 212 ККУ	Кримінальна	Штраф від однієї тисячі до двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років	Розмір штрафу та покарання залежить від суми несплачених податків, згідно з ККУ

Джерело: складене за даними [1],[14],[15]

Дотримання податкового законодавства є ключовим фактором для успішної діяльності будь-якого підприємства. ТОВ "StratITech" повинно приділяти особливу увагу питанням ведення бухгалтерського обліку, подання звітності та сплати податків, щоб уникнути фінансових санкцій, адміністративних стягнень та кримінальної відповідальності.

Висновки до розділу 1

1. Актуальність створення консалтингового центру полягає в тому, що попит на консалтингові послуги в Україні демонструє стабільне зростання, перевищуючи поточні пропозиції та відкриваючи вільну нішу на ринку для нових гравців.

2. Підприємницька діяльність в Україні регулюється низкою законодавчих актів. Консалтингова діяльність не підлягає обов'язковому ліцензуванню. Планується, що новостворений консалтинговий центр буде дотримуватися високих стандартів якості та розглядати можливість добровільної сертифікації фахівців. Для успішної діяльності необхідна відповідна інфраструктура, забезпечення безпеки даних та дотримання стандартів якості. Новостворений консалтинговий центр буде мати назву "StratITech". Планується надавати послуги за КВЕД 70.22 «Консультавання з питань комерційної діяльності й керування», з можливістю розширення на консультавання щодо інформатизації (62.02). Ринок консалтингових послуг в Україні характеризується динамічністю та зростаючим попитом на кваліфіковану допомогу.

3. Новостворений консалтинговий центр матиме статус юридичної особи у формі товариства з обмеженою відповідальністю. З огляду на гібридну модель послуг і стратегію розширення бізнесу, ТОВ "StratITech" обиратиме загальну систему оподаткування, що дозволить оптимізувати податкові витрати, отримати відшкодування ПДВ і співпрацювати з великими підприємствами. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності центру, ефективному використанню ресурсів і залученню довгострокових клієнтів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРУ

2.1. Аналіз ринку консалтингових послуг в м. Одеса

Становлення ринку консалтингових послуг в Україні, безсумнівно, пов'язане з процесом приватизації, коли попит на оцінку роздержавлених об'єктів, розробку бізнес-планів та інвестиційних проектів створив умови для створення численних консалтингових компаній. Другий етап становлення консалтингового ринку був пов'язаний з необхідністю надання післяприватизаційної підтримки підприємствам, що будують підприємства на ринкових засадах господарювання.

За оцінками експертів, сьогодні в Україні працює понад 500 консалтингових фірм, половина з яких займається виключно наданням послуг управлінського консалтингу, відкрито представництва провідних консалтингових фірм, які є лідерами консалтингового бізнесу, в тому числі великої п'ятірки (Deloitte & Touch Tohmatsu int., Arthur Andersen & CoSC, PriceWaterhouseCoopers, Ernst & Young, McKinsey & Co).

Відсутність офіційної відповідної статистики щодо розвитку консалтингового ринку в Україні пояснюється тим, що консалтинг як окремий вид діяльності не має власного КВЕДу. Державна служба статистики рекомендує консалтинг відносити в звітності до діяльності в сфері права, бухгалтерського обліку й інжинірингу, а також до надання послуг підприємцям.

В Україні також існує проблема надання тіньових консалтингових послуг, що також ускладнює об'єктивний аналіз цього ринку. З цього випливає, що слід керуватися лише загальними уявленнями про консалтингову діяльність і розглядати її як інші послуги без особливої конкретики.

Більшість українських консалтингових компаній знаходяться на етапі, коли вони можуть визначити власну спеціалізацію, компетенцію та потреби

потенційних клієнтів. З'явилися вітчизняні консалтингові компанії, які сформували власну методологію роботи, володіють унікальними консалтинговими технологіями, розробили нові методи та підходи до вирішення управлінських проблем, притаманних українському бізнесу.

Сьогодні можна чітко виділити основних постачальників консалтингового продукту в Україні на рис. 2.1.

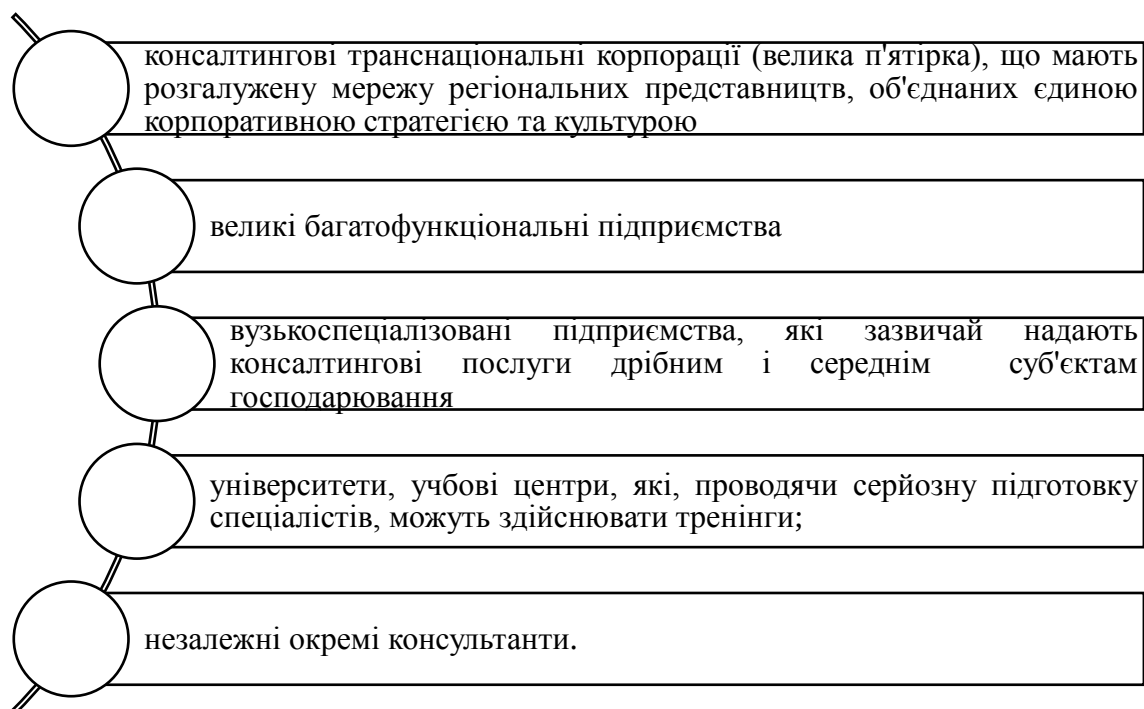


Рис. 2.1. Основні постачальники консалтингових продуктів в Україні.

Джерело: складено автором за матеріалами [22].

З рис. 2.1 видно, що основні постачальники консалтингових послуг це консалтингові транснаціональні корпорації, університети чи учбові центри, вузькоспеціалізовані підприємства, які зазвичай надають консалтингові послуги дрібним і середнім суб'єктам господарювання та незалежні окремі консультанти.

Загалом у світі, як і в Україні, ринок консалтингових послуг чітко сегментований, а конкуренція між продавцями консалтингових продуктів переважно ведеться всередині свого сегмента.

Сучасний розвиток консалтингового бізнесу показав, що малі консалтингові фірми не конкурують з провідними компаніями, які займаються фінансовим менеджментом, маркетингом, управлінням персоналом, зовнішньоекономічною діяльністю тощо, що дає їм можливість мати переваги в боротьбі за клієнта.

На рис. 2.2 представлені сегменти ринку консалтингу в Україні.

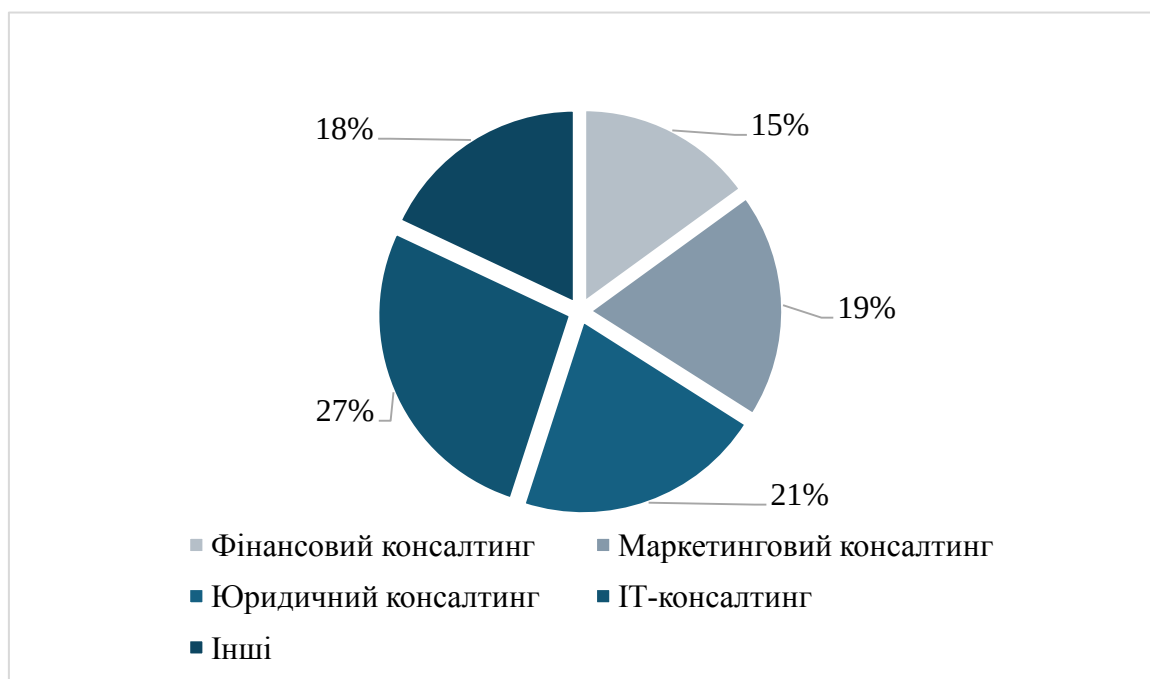


Рис. 2.2. Сегменти ринку консалтингу в Україні

Джерело: побудовано автором на основі даних [28], [29]

З рис. 2.2 слідує, що ринок консалтингових послуг в Україні чітко сегментований і найбільша його доля припадає на ІТ-консалтинг, на другому місці юридичний консалтинг, а третє місце посідає маркетинговий консалтинг.

У відкритих джерелах відсутні точні дані щодо кількості зареєстрованих ФОП та ТОВ у місті Одеса за КВЕД 70.22 (консультування з питань комерційної діяльності й керування), 69.10 (діяльність у сфері права) та 62.02 (консультації з питань інформатизації) за період 2018–2024 років.

Однак, загальна тенденція свідчить про зростання кількості нових ФОП у регіоні: у 2023 році в Одеській області було зареєстровано 20 510 нових ФОП [30].

Індустрія консалтингу в Україні, незважаючи на тривалий вплив зовнішніх викликів, зокрема військової агресії, економічної нестабільності, трудової міграції, у 2023–2024 роках демонструє ознаки поступового відновлення.

Місто Одеса, як великий промисловий, логістичний та діловий центр півдня України, має значний потенціал для розвитку ринку консалтингових послуг.

В сучасних умовах зростання конкуренції та нестабільності ринку бізнес-структури все частіше звертаються до зовнішніх консультантів для оптимізації бізнес-процесів, управління фінансами, впровадження інновацій та підвищення ефективності своєї діяльності. Одеса, як великий регіональний центр з розвиненим бізнес-середовищем, морською логістикою, торгівлею та ІТ-секторами, створює сприятливі умови для розвитку ринку консалтингових послуг.

Ринок бізнес-послуг в Одесі охоплює широкий спектр послуг: бухгалтерський супровід, аудит, юридичні консультації, маркетинговий супровід, кадровий аутсорсинг, управління проектами та управлінський консалтинг. Особливістю місцевого ринку є значна кількість підприємств малого та середнього бізнесу (МСП), які складають основу економіки області. Саме МСП найчастіше є клієнтами консалтингових компаній.

Попит на послуги консалтингових фірм обґрунтовується тим, що зараз в Україні підприємництво розвивається, створюються нові компанії в різних галузях економіки. Але не всі засновники суб'єктів підприємницької діяльності мають спеціальну освіту, тому часто виникають проблеми з вибором продукції чи послуг, які буде виробляти підприємство, з вибором ринку збуту, складанням бізнес-плану, розробкою стратегії підприємства тощо.

У 2023 році обсяг реалізованих консалтингових послуг в Україні склав близько 12,5 млрд грн, що на 8% менше порівняно з 2021 роком. Зниження обсягів пов'язане з впливом повномасштабної війни, релокацією бізнесу та скороченням інвестиційної активності [23, с. 115-125].

Загалом в Україні за КВЕД 70.22 зареєстровано 39 234 діючих суб'єкта підприємницької діяльності, з них 11 694 – юридичні особи та 27 540 – фізичні особи-підприємці [35]. Таким чином, частка Одеської області становить приблизно 5,2% від загальної кількості суб'єктів господарювання в Україні за цим КВЕД.

Після 2022 року зріс попит на антикризовий консалтинг, допомогу у відновленні бізнесу, релокацію підприємств та вихід на зовнішні ринки. Згідно з дослідженнями Української асоціації консалтингових компаній, протягом останніх років спостерігається постійне зростання попиту на послуги, які перелікувано на рис. 2.3.

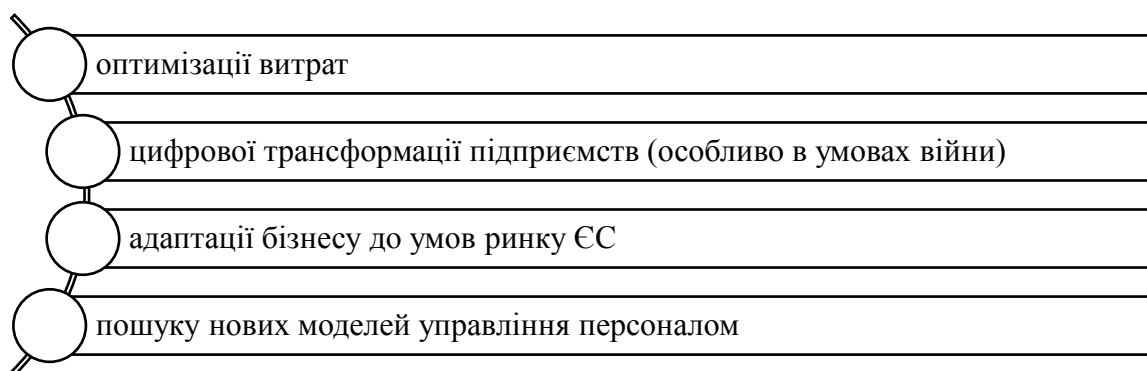


Рис 2.3. Послуги консалтингу.

Джерело: сформовано автором на основі [22]

З рис. 2.3 видно, що основні послуги на які спостерігається зростання попиту серед підприємців це оптимізація витрат та цифрова трансформація підприємства з подальшою його адаптацією.

За даними сервісу «Локатор», в Одесі діють 137 бізнес-консалтингових компаній, які охоплюють різні сфери діяльності, включаючи юридичний, фінансовий, управлінський та ІТ-консалтинг [34].

Платформа Kabanchik.ua також відзначає наявність в Одесі 1016 спеціалістів у сфері консалтингових послуг, що свідчить про значну кількість фахівців, які надають послуги в різних галузях [33].

Середня вартість консалтингових послуг в м. Одесі варіюється залежно від спеціалізації, представлена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Середня вартість консалтингових послуг по напрямках

Напрямок консалтингу	Середня вартість послуги, грн	Коментар
Загальний консалтинг	15 000	Базові бізнес-плани, стратегія, запуск МСБ
ІТ-консалтинг	20 400	Інтеграція CRM, кібербезпека, автоматизація
HR-консалтинг	18 000	Пошук персоналу, кадрові політики, адаптація
Управлінський консалтинг	20 000	Організаційні зміни, стратегічний аудит
Ресторанний консалтинг	10 000	Меню, операційні процеси, франшиза

Джерело: сформовано автором на основі [33], [34], [35]

З таблиці 2.1 слідує, що вартість консалтингових послуг дуже різниться залежно від конкретної послуги.

Ціни можуть варіюватися залежно від обсягу робіт, досвіду консультанта, специфіки проєкту та регіону. Для точнішого розрахунку вартості рекомендується звертатися безпосередньо до обраної консалтингової компанії або фахівця.

Середній чек залежить від складності завдання. Дані узагальнено на основі відкритих джерел (вебсайти компаній, платформи Kabanchik, Biz24, List.in.ua). Представництва міжнародних донорів не є комерційними консультантами, але значно впливають на розвиток місцевого ринку.

За наявними даними, найбільш популярними напрямками консалтингових послуг в Одесі є.

Фінансовий та податковий консалтинг. Підприємства звертаються за допомогою в оптимізації оподаткування, фінансовому плануванні та залученні інвестицій. Вони займаються податковим плануванням, аутсорсингом бухгалтерського обліку та супроводом інвестицій. Часто обслуговують малий бізнес, рідше середній.

Маркетинговий консалтинг. Попит на розробку маркетингових стратегій, аналіз ринку та поведінки споживачів зростає, особливо в умовах високої конкуренції. Вони допомагають місцевим підприємствам адаптуватися до онлайн-продажів і сформувати ринкове позиціонування. Переважає проектна форма роботи (SMM-кампанії, запуск реклами, ребрендинг).

ІТ консалтинг. Компанії шукають підтримки у впровадженні цифрових рішень, автоматизації бізнес-процесів та забезпеченні кібербезпеки. Впровадження CRM, ERP систем, хмарних технологій, кібербезпеки. Активно співпрацюють з підприємствами транспорту, торгівлі та сільського господарства. Часто є частиною більших ІТ-компаній з офісами в Одесі (наприклад, Netpeak Group).

Управлінський консалтинг. Компанії потребують консультації щодо оптимізації організаційної структури, управління персоналом та підвищення ефективності бізнес-процесів. Допомога в побудові внутрішніх процесів, управлінні персоналом, адаптації до змін (структурні зміни, цифровізація).

Основними клієнтами є середні підприємства та підприємства після переїзду[25, с. 45-52].

Юридичні консультації. Спеціалізується на договірному праві, реєстрації компаній, захисті інтересів бізнесу в суді. Великий попит у підприємців-початківців.

Розгляд основних конкурентів компанії в місті це ключовий елемент стратегічного аналізу, який дає змогу ухвалювати обґрунтовані бізнес-рішення та займати вигідну позицію на ринку.

Розглянемо детальніше основних учасників ринку консалтингових послуг в місті Одеса в таблиці 2.2.

З таблиці 2.2 слідує, що ринок консалтингових послуг в Одесі включає як локальні компанії, що спеціалізуються на вузьких сферах діяльності, так і представництва національних і міжнародних організацій з більш широким спектром послуг і досвідом роботи з великими клієнтами.

Таблиця 2.2

Основні учасники ринку консалтингових послуг в місті Одеса

Назва консалтингової компанії	Перелік послуг
Локальні консалтингові компанії	
«Torch 42»	спеціалізується на фінансовому та податковому консалтингу для малого бізнесу.
«Impera Law & Consult»	юридичний супровід бізнесу, захист інтересів у судах, ліцензування.
«OdesSeo»	послуги у сфері маркетингу, брендингу, розробки стратегій просування.
«IT Solution Group»	локальна компанія, що впроваджує CRM-системи та інші IT-рішення для бізнесу.
Національні компанії, що мають офіси в Одесі	
Baker Tilly Україна	фінансовий аудит, бізнес-консалтинг, оцінка активів.
KPMG Україна	міжнародний досвід, підтримка підприємств у сфері управління ризиками, трансформації бізнесу.
Netpeak	діджитал-маркетинговий холдинг з одеським корінням, надає консультаційні послуги в сфері SEO, PPC, аналітики.
Міжнародні організації та програми технічної допомоги	
GIZ (Німеччина)	підтримка малого і середнього бізнесу, у т.ч. через програми консалтингу.
ЄБРР (програма BAS)	фінансова підтримка для замовлення консультаційних послуг у сертифікованих фахівців.

Джерело: сформовано автором на основі [33], [34], [35]

Проведемо порівняльну характеристика консалтингових компаній в м. Одеса в таблиці 2.3. Проведення порівняльної характеристики консалтингових компаній у місті Одеса є важливим кроком для формування обґрунтованої бізнес-стратегії. Це дослідження дозволяє глибоко оцінити ринок, виявити конкурентні переваги та приймати точні управлінські рішення.

Дані таблиці 2.3 свідчать, що місцеві компанії на ринку більш гнучкі в ціноутворенні та краще орієнтуються в місцевому бізнес-середовищі. Національні та міжнародні гравці пропонують вищі стандарти якості, але мають вищу вартість послуг. Також набирає обертів аутсорсинг консалтингу

компанії замовляють окремі функції (наприклад, аудит чи цифровий маркетинг) без створення власного відділу.

Таблиця 2.3

Порівняльна характеристика консалтингових компаній в м. Одеса

Назва компанії	Тип	Основні послуги	Сфера клієнтів	Середній чек, грн	Формат роботи
1	2	3	4	5	6
«Torch 42»	Локальна	Фінансовий консалтинг, податки, бухоблік	МСП, ФОП	5 000 – 15 000	Офлайн / онлайн
"Impera Law & Consult	Локальна	Юридичні послуги, ліцензії, реєстрація бізнесу	Малий бізнес, стартапи	3 000–8 000	Офлайн
OdesSeo	Локальна	Маркетингові стратегії, брендинг, SMM	E-commerce, локальні бренди	7 000 – 20 000	Онлайн
Baker Tilly (офіс в Одесі)	Національна	Аудит, оцінка, корпоративний консалтинг	Середній і великий бізнес	від 30 000	Офлайн / онлайн
Netpeak	Національна / Міжнародна	SEO, PPC, аналітика, стратегія	Онлайн-сервіси, магазини, стартапи	10 000 – 40 000	Онлайн
KPMG Україна	Міжнародна	Управлінський, антикризовий, фінансовий консалтинг	Великі корпорації, банки	від 50 000	Офлайн / гібридно
GIZ / ЄБРР	Міжнародна допомога	Освітні програми, доступ до консалтингу з грантів	МСП, кластери, жінки-підприємці	За підтримки донорів	Через програми

Джерело: сформовано автором на основі [33], [34], [35]

Крім того, активно діють грантові програми від донорів (GIZ, ЄБРР), які фінансують консалтинг для МСП, сприяючи зростанню ринку. За словами експертів, попит на якісні вузькоспеціалізовані консалтингові послуги в регіоні перевищує пропозицію, що створює нішу для нових гравців з унікальними продуктами. Особливо затребувані гнучкі, персоналізовані рішення, а також бізнес-послуги «під ключ».

Локальні компанії надають більш доступні та гнучкі послуги, орієнтовані на МСП. Національні та міжнародні гравці забезпечують вищу експертизу, але мають вищу вартість, обслуговують середній та великий бізнес.

SWOT-аналіз ринку консалтингових послуг в Одесі сформований в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз ринку консалтингових послуг в Одесі

Сильні сторони	Слабкі сторони
– Високий попит на послуги – Різноманіття спеціалізацій – Активна участь фрілансерів	– Відсутність стандартизації – Нерівномірна якість послуг – Обмежений доступ до фінансів
Можливості	Загрози
– Розвиток цифрових технологій – Вихід на міжнародні ринки – Партнерство з великими фірмами	– Продовження військових дій – Зростання конкуренції – Економічна нестабільність – Зміни в законодавстві

Джерело: створено автором

З таблиці 2.3 видно, що сильними сторонами ринку консалтингових послуг в Одесі є те, що бізнес в Одесі активно шукає шляхи оптимізації, автоматизації та ефективного управління, що підвищує попит на консалтинг. Ринок пропонує багато сфер HR, фінансовий, IT-консалтинг, юридичні послуги, стратегічний розвиток тощо, що дозволяє компаніям зосередитися на своїх нішах. Завдяки фрілансерам і незалежним експертам клієнти отримують доступ до гнучких та індивідуальних послуг, часто за більш доступною ціною.

Слабкою стороною є відсутність єдиних стандартів та професійної сертифікації знижує довіру до деяких гравців ринку та ускладнює оцінку якості послуг.

Через низький бар'єр входу на ринок зустрічаються як високопрофесійні команди, так і малокомпетентні консультанти, що шкодить загальному іміджу галузі. Молоді або невеликі консалтингові компанії часто стикаються з труднощами у фінансуванні масштабних проектів або інвестуванні в розвиток.

Великі можливості відкриває впровадження хмарних сервісів, штучного інтелекту та автоматизації процесів створює нові ніші для IT та бізнес-консалтингу. Віддалена робота та онлайн-спілкування збільшують потенціал

для експорту послуг за кордон, у тому числі до ЄС. Місцеві консультанти можуть співпрацювати з великими українськими чи міжнародними компаніями як підрядники чи експерти з місцевої специфіки.

Загрозами присутніми на ринку є те що у міру зростання популярності ринку кількість гравців, у тому числі непрофесіоналів, збільшується, що знижує середню вартість послуг і посилює тиск на ринок. Інфляція, коливання курсу валют і непередбачувані кризи (війна, енергетичні ризики) можуть зменшити готовність бізнесу інвестувати кошти в консалтинг.

Податкові або регуляторні зміни можуть ускладнити операції або вимагати адаптації до нових вимог (наприклад, щодо бухгалтерського обліку, сертифікації тощо).

Сегментація цільової аудиторії послуг консалтингу можна провести за розміром бізнесу, віком компанії та галуззю (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Сегментація цільової аудиторії послуг консалтингу.

Джерело: розроблено автором

З рис. 2.4 слідує, що основну масу клієнтів консалтингових компаній Одеси складають малі та середні підприємства (МСП). МСП шукають послуги з оптимізації бізнес-процесів, маркетингових стратегій і фінансового планування.

Великі підприємства зазвичай мають власні аналітичні відділи, але залучають зовнішніх консультантів для реалізації масштабних проектів, таких як цифрова трансформація чи вихід на нові ринки.

На рис. 2.5 представлено розподіл цільової аудиторії консалтингових послуг за часом існування компанії, тобто за її віком.

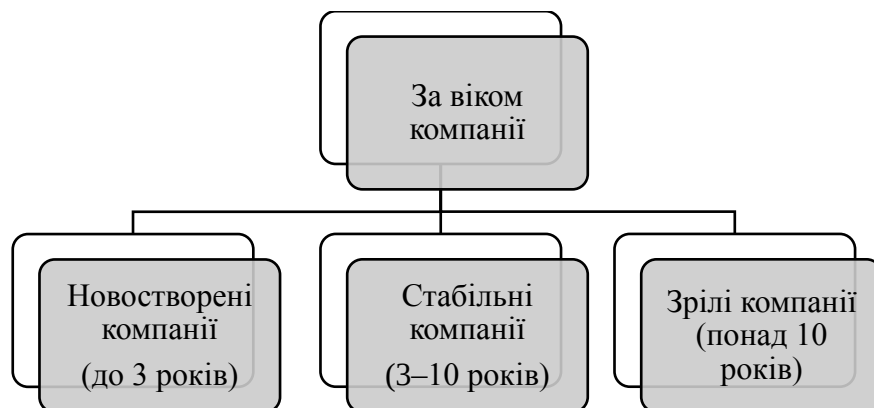


Рис. 2.5. Сегментація цільової аудиторії послуг консалтингу

Джерело: розроблено автором.

З рис. 2.5 слідує, що новоствореним компаніям (віком до 3 років) потрібні консалтингові послуги з розробки бізнес-моделей, стратегічного планування та юридичного супроводу.

Стабільні компанії (3–10 років) шукають послуги з оптимізації операційної діяльності, впровадження CRM-систем, розвитку персоналу.

Зрілі компанії (старше 10 років) шукають консультантів для реструктуризації, виходу на міжнародні ринки та впровадження інновацій.

На рис. 2.6 представлено сегментацію цільової аудиторії за галузевою ознакою.

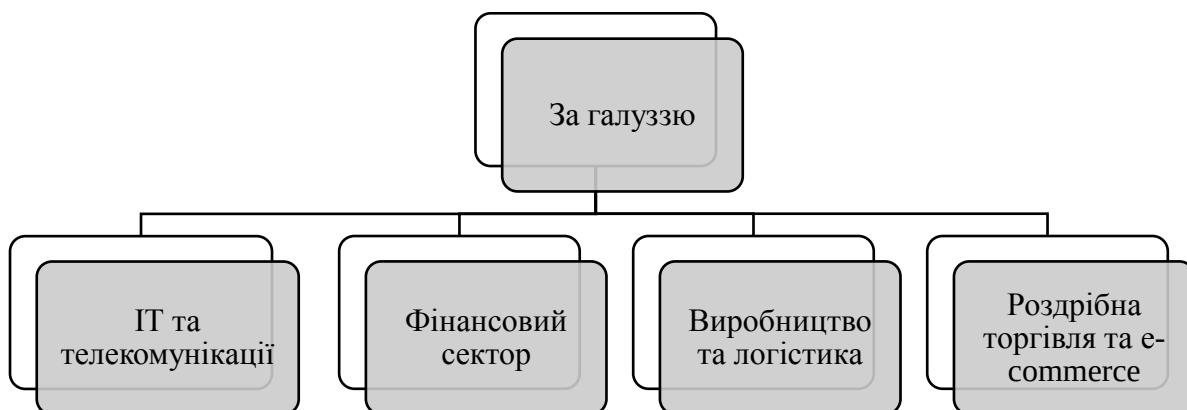


Рис. 2.6. Сегментація цільової аудиторії послуг консалтингу.

Джерело: розроблено автором.

З рис. 2.6 слідує, що ІТ та телекомунікації звертаються за стратегічним консалтингом, впровадженням нових технологій та кібербезпекою.

ІТ та телекомунікації шукають стратегічний консалтинг, впровадження нових технологій та кібербезпеку. Фінансовий сектор потребує послуг з управління ризиками, дотримання нормативних вимог і цифрової трансформації.

Виробництво та логістика залучають консультантів для оптимізації ланцюгів поставок, автоматизації процесів та впровадження методології Lean. Роздрібна торгівля та електронна комерція потребують маркетингового консультування, аналізу поведінки споживачів і розвитку онлайн-продажів.

Середній чек консалтингових послуг в Одесі варіюється в залежності від виду послуг і розміру компанії і може починатися від 20 000 тисяч гривень для маленьких до 150 000 гривень і вище для великих, залежно від складності та тривалості проекту.

Основними споживачами консалтингових послуг в Одесі є малі та середні підприємства, які шукають шляхи оптимізації та розвитку свого бізнесу.

Отже, попит на консалтингові послуги зростає в галузях, що активно розвиваються, таких як ІТ, фінанси та e-commerce. Середній чек за послуги залежить від розміру компанії та специфіки запиту, що дозволяє консалтинговим фірмам адаптувати свої пропозиції до потреб клієнтів.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг майбутнього бізнесу

Основними споживачами консалтингових послуг є бізнес-структури, які звертаються за допомогою у створенні та розвитку компаній, коли виникають проблеми в їх функціонуванні. Висококваліфіковані консультанти можуть надати їм професійну допомогу у вирішенні багатьох питань, що виникають у процесі діяльності будь-якого підприємства.

Щоб зайняти певну нішу на ринку, підприємство повинно знати своїх конкурентів, їх переваги та недоліки, оскільки це допоможе йому виробити

стратегію, завдяки якій фірма забезпечить попит на свої послуги, зацікавить споживачів, створюючи певні конкурентні переваги своєї діяльності.

Основні конкуренти консалтингової фірми ТОВ «StratITech» є «Torch 42», "Impera

Law & Consult, OdesSeo, Baker Tilly, Netpeak, пропонують консалтингові послуги. Звичайно, їх перевагами є досвід роботи, наявність постійних клієнтів, репутація.

Розглянемо детальніше переваги і недоліки основних конкурентів консалтингової фірми ТОВ «StratITech» в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Переваги та недоліки підприємств-конкурентів

Назва компанії	Переваги	Недоліки
1	2	3
«Torch 42»	– Локальна компанія з глибоким розумінням регіонального ринку – Індивідуальний підхід до клієнтів – Гнучкість у наданні послуг	– Обмежена інформація про компанію в публічному доступі – Можлива обмеженість ресурсів для масштабних проєктів
"Impera Law & Consult	– Спеціалізація на юридичному консалтингу – Досвід роботи з місцевими підприємствами – Компетентність у сфері корпоративного права	– Обмежена інформація про компанію в публічному доступі – Можлива вузька спеціалізація, що обмежує спектр послуг
OdesSeo	– Фокус на маркетингових стратегіях та просуванні – Індивідуальний підхід до кожного клієнта – Досвід у розробці рекламних кампаній	– Обмежена інформація про компанію в публічному доступі – Можлива обмеженість ресурсів для великих проєктів
Baker Tilly (офіс в Одесі)	– Частина міжнародної мережі Baker Tilly International- Високий рівень професіоналізму та стандартів якості – Широкий спектр послуг: аудит, консалтинг, оцінка, бухгалтерський облік – Досвід роботи на українському ринку з 1999 року	– Можливі вищі тарифи порівняно з локальними компаніями – Менш гнучкий підхід через стандартизовані процеси міжнародної мережі

Продовження табл. 2.5

1	2	3
Netpeak	– Одне з найбільших агентств інтернет-маркетингу в Східній Європі – Портфоліо з понад 2000 проєктів, включаючи OLX, Prom.ua, Citrus	– Високі вимоги до співробітників та інтенсивний робочий темп – Деякі співробітники відзначають низький рівень зарплати порівняно з обсягом роботи
KPMG Україна	– Частина глобальної "Великої четвірки" аудиторських компаній – Високий рівень експертизи у сфері аудиту, податкового та фінансового консалтингу – Доступ до міжнародних ресурсів та методологій	– Високі тарифи на послуги – Можлива обмежена доступність для малого та середнього бізнесу через фокус на великих клієнтах

Джерело: сформовано автором

Дані таблиці 2.5 свідчать, що локальні гравці ринку, такі як, OdesSeo, мають тісні контакти з місцевими клієнтами, але обмежені в масштабі та ресурсах.

Міжнародні бренди KPMG, Baker Tilly забезпечують високу якість, але потребують великих бюджетів і орієнтовані на корпорації. Цифровий консалтинг Netpeak, перспективний сегмент, але не покриває інші потреби бізнесу, юридичні чи фінансові.

Ніша для мультисервісного центру залишається відкритою, особливо для середнього бізнесу та стартапів, які хочуть отримувати стратегічну, фінансову та маркетингову підтримку в «єдиному вікні».

Для того, щоб оцінити позитивні і негативні сторони консалтингового центру ТОВ "StratITech" і більш чітко уявити її положення на ринку, проведемо SWOT-аналіз.

В таблиці 2.6 сформований SWOT-аналіз новоствореного консалтингового центру.

З таблиці 2.6 слідує, що основною сильною стороною новоствореного консалтингового центру буде команда фахівців з практичним досвідом у бізнес-консалтингу та фінансах.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз консалтингового центру

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
– Команда з практичним досвідом у бізнес-консалтингу та фінансах – Комплексні послуги «під ключ» для МСБ, стартапів і локального бізнесу – Використання цифрових інструментів, онлайн-сервісів та CRM – Гнучка цінова політика та індивідуальний підхід	– Низька впізнаваність бренду на початковому етапі – Обмежений маркетинговий бюджет на старті – Невелика клієнтська база на початку діяльності – Відсутність масштабних кейсів у портфоліо
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
– Зростання попиту на консалтинг у сегменті малого бізнесу – Можливість партнерств з освітніми та професійними організаціями – Попит на цифровізацію бізнесу (SaaS, автоматизація, SMM, CRM) – Розвиток грантових програм, донорських ініціатив для бізнесу	– Продовження бойових дій – Висока конкуренція з боку національних та міжнародних гравців – Часті зміни у податковому та регуляторному полі – Високий рівень недовіри до нових консалтингових компаній – Економічна нестабільність у регіоні та країні

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.6 слідує, що основними сильними сторонами новоствореного консалтингового центру будуть команда з практичним досвідом у бізнес-консалтингу та фінансах, комплексні послуги «під ключ» для МСБ, стартапів і локального бізнесу, використання цифрових інструментів, онлайн-сервісів та CRM, гнучка цінова політика та індивідуальний підхід.

Консалтинговий центр має потенціал зайняти нішу між дорогими міжнародними фірмами та малими гравцями з обмеженим функціоналом. Завдяки гнучкості, експертизі та адаптації до локального ринку, центр може стати затребуваним рішенням для МСБ та стартапів.

Проаналізуємо зовнішні можливості і загрози для консалтингового центру ТОВ "StratITech" , для цього вибираємо парні фактори, які оцінюємо по 10-ти

бальній шкалі, таким чином вимірюється ступінь важливості факторів – M_i та Z_i для можливостей та загроз відповідно.

Для кожної пари можливостей і загроз визначаємо ймовірність їх настання P_{mi} та P_{zi} . Помноживши два ці показники отримуємо загальну оцінку можливостей і загроз, результати розрахунків наведені у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Оцінка зовнішніх можливостей і загроз для консалтингового центру

ТОВ "StratITech"

Зовнішні можливості				Зовнішні загрози			
Фактор	M_i	P_{mi}	$M_i * P_{mi}$	Фактор	Z_i	P_{zi}	$Z_i * P_{zi}$
1. Розвиток підприємництва	9	0,4	3, 6	1. Скорочення підприємництва	9	0,6	5, 4
2. Ослаблення позицій конкурентів	7	0,5	3,5	2. Посилення позицій конкурентів	7	0,5	3,5
3. Зниження податкового тиску	7	0,5	3, 5	3. Посилення податкового тиску	7	0,5	3,5
4. Зростання доходів споживачів послуг	8	0,5	4	4. Зниження доходів споживачів послуг	8	0,5	6
5. Відсутність нових конкурентів	8	0,7	5,6	5. Поява нових конкурентів	8	0,3	2,4
Всього	43	-	20, 2	Всього	43	-	20, 8

Джерело: сформовано автором

За результатами аналізу таблиці 2.7 можемо зробити висновок, що зовнішні можливості консалтингової фірми "StratITech" оцінюються дещо нижче, ніж її зовнішні загрози, це означає, що компанія буде займати позицію у нижній частині матриці SWOT. Варто відмітити, що різниця між оцінкою можливостей і загроз досить незначна, що свідчить про можливість в майбутньому змінити ситуацію.

В таблиці 2.8 сформований PEST-аналіз новоствореного консалтингового центру.

Таблиця 2.8

PEST-аналіз новоствореного консалтингового центру

Фактор	Зміст / Вплив на бізнес
Політичні	– Державна підтримка МСБ діють грантові програми, часткова компенсація за консультаційні послуги. – Регуляторна невизначеність часті зміни у податковому законодавстві можуть впливати на попит на юридичний та фінансовий консалтинг. – Децентралізація більша роль місцевих адміністрацій у підтримці підприємництва в Одесі.
Економічні	– Нестабільність курсу гривні та інфляція можуть обмежувати інвестиції у консалтинг з боку малого бізнесу. – Зростання попиту на ефективність, компанії шукають способи оптимізувати витрати та підвищити продуктивність, що створює попит на послуги консалтингу. – Післявоєнне відновлення економіки стимулює запуск нових бізнесів, які потребують супроводу.
Соціальні	– Зростаюча культура підприємництва серед молоді та ветеранів. – Попит на онлайн-консалтинг і дистанційні послуги з боку підприємців – Низький рівень бізнес-грамотності в частині малого бізнесу створює запит на навчання, менторство, аудит.
Технологічні	– Широке впровадження CRM, ERP, аналітики потреба у супроводі, впровадженні, інтеграції. – Конкуренція з фрілансерами та онлайн-платформами типу Upwork – Автоматизація бізнесу створює попит на digital-консалтинг, SEO, маркетинг, кібербезпеку.

Джерело: сформовано автором

Інформація таблиці 2.8 свідчить, що загалом, PEST-аналіз підтверджує наявність сприятливих умов для розвитку консалтингового центру, з одночасною потребою враховувати ризики, пов'язані з економічною та регуляторною нестабільністю.

Консалтинг у регіоні розвивається в умовах помірної політичної підтримки та високого економічного попиту. Однак для успіху слід враховувати цифрову конкуренцію, чутливість до витрат і потребу в адаптивних рішеннях

для МСП. Розширення у сфері онлайн-консалтингу та автоматизації є стратегічною можливістю.

Проаналізуємо сильні та слабкі сторони ТОВ «StratITech», це дозволить побачити, якими внутрішніми можливостями воно володіє, які ресурси можна використовувати для формування конкурентної переваги, а також зможемо дослідити, які недоліки буде мати створювана фірма та яке значення вони для неї мають.

Проаналізуємо сильні і слабкі сторони в порівнянні з фірмами-конкурентами, це дозволить нам не тільки оцінити недоліки і переваги ТОВ «StratITech», але і визначити лідера на ринку цих послуг, оцінити можливості нашої фірми по досягненню високих позицій серед конкурентів.

Для оцінки сильних і слабких сторін ТОВ "StratITech" у порівнянні з конкурентами міста Одеси такими як «Torch 42», «Impera Law & Consult» та «OdesSeo» було проведено дослідження з використанням методу балів (рейтингової оцінки) за низкою ключових факторів.

Оцінювання проводилося за шкалою від 1 до 5 балів, де: 5 балів дуже висока оцінка, 1 бал дуже низький рівень за критерієм, що дало змогу кількісно відобразити рівень переваг чи недоліків за низкою ключових критеріїв.

В таблиці 2.9 охарактеризовані сильні і слабкі сторони ТОВ "StratITech" у порівнянні з конкурентами.

Таблиця 2.9

Аналіз сильних і слабких сторін ТОВ "StratITech" у порівнянні з
конкурентами

Фактори конкурентоспроможності	ТОВ "StratITech"	«Torch 42»	"Impera Law & Consult"	OdesSeo
1	2	3	4	5
1. Послуга				
1.1. Якість	4	3	4	4
1.2. Унікальність	4	3	3	4
2. Ціна	4	4	5	3

Продовження табл. 2.9

1	2	3	4	5
3. Просування товару				
3.1. Індивідуальний підхід до кожного клієнта	4	3	4	5
3.2. Орієнтація на споживача, його запити, побажання	4	4	4	5
3.3. Реклама для споживачів	4	3	3	4
4. Ступінь охоплення ринку	3	4	3	4
Загальна кількість балів	27	24	26	29

Джерело: сформовано автором

У таблиці 2.9 оцінені такі фактори, як якість та унікальність послуг, цінова політика, особливості просування (індивідуальний підхід, орієнтація на споживача, рекламна активність), а також ступінь охоплення ринку.

Оцінка проводилася на основі аналізу відкритих джерел офіційних сайтів компанії, профілів у соціальних мережах, відгуків клієнтів (Google Maps, Clutch), портфолію реалізованих проектів.

За результатами аналізу ТОВ «StratITech» отримало 27 балів, що свідчить про досить сильні позиції на ринку. Компанія демонструє високу якість послуг (4 бали), завдяки використанню сучасних інструментів бізнес-аналітики, а також значний рівень унікальності рішень (4 бали), які розроблені з урахуванням специфіки клієнтів у сфері ІТ, фінансів, маркетингу. За критерієм індивідуального підходу до клієнта компанія також має високу оцінку (4 бали), що є ключовою перевагою у сфері B2B послуг.

У сфері цінової політики StratITech займає конкурентну позицію, пропонуючи якісні послуги за ринково виправданими цінами (4 бали), хоча деякі конкуренти (наприклад, Impera Law & Consult) позиціонують себе як бюджетні рішення, за що отримали вищу оцінку в цьому розділі.

Що стосується рекламної діяльності, то компанія має стабільну присутність в мережі, підтримує актуальність контенту та активно спілкується з аудиторією через професійні майданчики (4 бали). Водночас такі конкуренти, як OdesSeo, які спеціалізуються на цифровому маркетингу, досягли вищого рівня в цьому аспекті (5 балів).

Показник охоплення ринку для ТОВ «StratITech» поки що обмежений регіональним рівнем (3 бали), що свідчить про потенціал масштабування діяльності, зокрема шляхом виходу на національний або міжнародний ринок.

Загальна оцінка конкурентоспроможності свідчить про стабільні позиції ТОВ «StratITech» на місцевому ринку, а також наявність резервів розвитку, зокрема у напрямках розширення клієнтської бази, масштабування діяльності та підвищення впізнаваності бренду через цільові маркетингові кампанії.

Консалтингова послуга це інтелектуальний продукт, який залишається у власності клієнта після завершення консультації. Специфіка консалтингової послуги полягає в її уявній невідчутності, непомітності і, як правило, у відсутності завершеної матеріальної форми.

Таким чином, ідентичні консалтингові продукти, які виконуються двома консалтинговими фірмами, можуть відрізнитися не тільки за формою, але й мати різну методологію розробки та зміст. Клієнт може оцінити якість наданої йому послуги як відразу після завершення процесу консультації, так і через деякий час.

Крім того, якість послуги та ефективність консультації в цілому безпосередньо залежить від особистої участі та професіоналізму конкретного консультанта. У зв'язку з цим особливого значення набуває взаєморозуміння між консультантом і клієнтом і їх плідна співпраця. У разі успіху клієнт прагне ототожнювати його не стільки зі змістом і якістю виконаної роботи, скільки з особистістю консультанта.

Послуги, що надаються ТОВ "StratITech" це консультації висококваліфікованих спеціалістів з різних питань у сфері ведення бізнесу.

Послуги, які планує надавати ТОВ "StratITech":

- 1) бізнес-планування;
- 2) інвестиційне планування;
- 3) розробка стратегії підприємства;
- 4) маркетингові дослідження;
- 5) консультації по формуванню іміджу підприємства;
- 6) ціноутворення;
- 7) аналіз ефективності реклами;
- 8) розробка статутних документів;
- 9) розробка системи внутрішніх організаційно-розпорядчих документів і посадових інструкцій;
- 10) підбір кадрів для підприємства;
- 11) аналіз системи управління підприємства та її вдосконалення;
- 12) аналіз фінансової діяльності підприємства;
- 13) ведення бухгалтерського обліку;
- 14) розробка бюджету підприємства.

Призначення послуг даного підприємства кваліфікована допомога підприємцям при створенні фірми та веденні бізнесу, сприяння розвитку вітчизняного підприємництва.

Консалтингові послуги найчастіше здійснюються у формі консалтингових проектів, а не у формі усних, одноразових порад. Вони містять у собі наступні основні етапи як діагностика (виявлення проблем), розробка рішень та впровадження рішень.

Здійснення такого проекту може займати від декількох днів до декількох місяців, іноді контакти з клієнтами можуть бути і багаторічними. Тому в процесі створення консалтингового проекту фахівець весь час взаємодіє з клієнтом, спонукаючи його висловлювати свої ідеї, розуміння, пропозиції, проводити за допомогою консультантів аналіз проблем і вироблення рішень.

Таким чином, можна сказати, що якість і корисність пропонованих послуг залежить від рівня професіоналізму консультанта, його ефективної співпраці з

клієнтом, індивідуального підходу до кожного. Тому для нашої фірми підбір освічених, відповідальних, кваліфікованих працівників є одним із найважливіших завдань.

В основі особливостей маркетингових консалтингових послуг лежить специфіка пропонованого консалтингового продукту, який не має матеріальної форми, а його якість багато в чому залежить від рівня кваліфікації та професіоналізму консультантів.

Маркетингові консалтингові послуги - це процес, покликаний допомогти клієнтам дізнатися про послуги консультантів і оцінити їх здатність вирішувати управлінські проблеми, основними елементами якого повинні бути відповідний набір маркетингових комунікацій, цінова політика, індивідуалізація послуг, управління попитом і пропозицією консалтингових послуг. Маркетингова діяльність консалтингової фірми охоплює багатоетапний процес.

Основними завданнями маркетингових комунікацій ТОВ «StratITech» є формування системи заходів, спрямованих на стимулювання продажів консалтингового продукту. До них слід віднести виявлення поточних і потенційних покупців послуг компанії, визначення змісту рекламного повідомлення та методів поширення інформації про компанію. Для реалізації цих заходів використовуються відповідні канали комунікації та засоби інформації, які користуються авторитетом у обраній цільовій групі.

Важливим елементом маркетингових комунікацій є просування та реклама консалтингової фірми та послуг, які вона пропонує. Основними методами просування консалтингового продукту є: отримання рекомендацій, обмін інформацією з клієнтами про якість отриманих послуг, професійні публікації, проведення та участь у семінарах і тренінгах, а також участь консультантів у роботі асоціацій та волонтерів.

Отже, дуже важливим аспектом для консалтингової фірми є реклама, тому що потрібно проінформувати потенційних споживачів про виникнення фірми, переконати їх у необхідності і важливості використання консалтингових послуг.

ТОВ "StratITech" буде використовувати інформативну рекламу, яка направлена на те, щоб проінформувати ринок про переваги послуги, принципи їх дії та ціну, та спонукальну рекламу, яка має переконати споживача у невідкладності купівлі, прорекламувати переваги споживання конкретної послуги. Для реалізації своєї рекламної компанії дана консалтингова фірма використовуватиме: рекламу у періодичних виданнях (міських газетах, журналах), рекламні афіші, стенди, буклети, візитки.

Цінова політика консалтингової фірми є одним з основних елементів маркетингу та включає комплекс таких заходів: визначення ціни консалтингового продукту, систему знижок та умови оплати роботи консультанта. На ціноутворення консалтингових послуг впливають чинники, які надані на рис. 2.7.

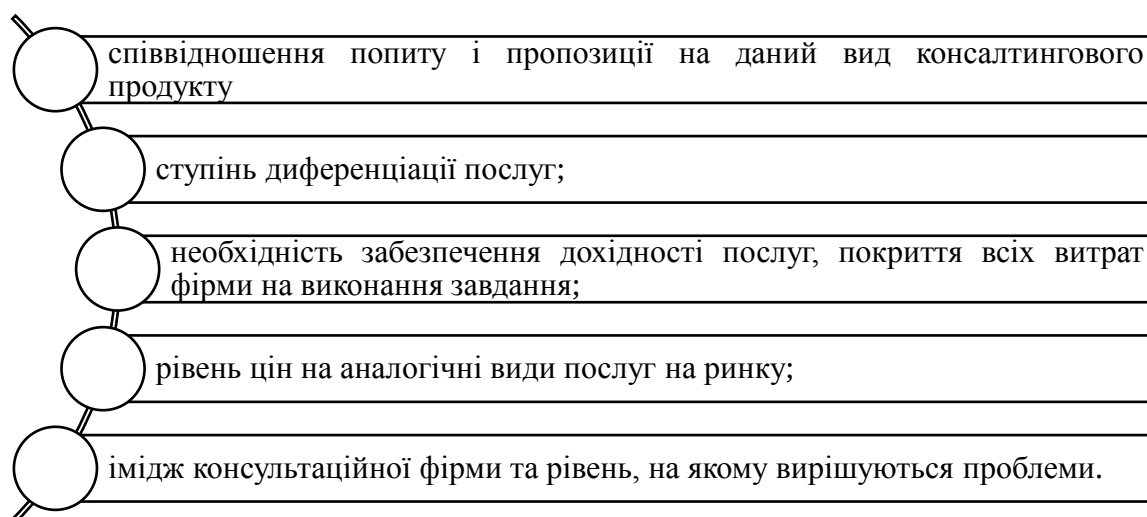


Рис 2.7. Чинники що впливають на ціноутворення.

Джерело: розроблено автором.

З рис. 2.7 видно, що до основних чинників, що впливають на ціноутворення консалтингових послуг є співвідношення попиту і пропозицій на конкретний вид консалтингової послуги, необхідність забезпечення дохідності послуг, покриття всіх витрат фірми на виконання завдання, рівень цін на аналогічні види послуг на ринку, імідж консультаційної фірми та рівень, на якому вирішуються проблеми.

Розрахуємо ціну послуг консалтингового центру у таблиці 2.10. Ціни подані в гривнях за одну послугу (разову або за місяць залежно від типу послуги), на основі середніх ринкових даних.

Таблиця 2.10

Ціни на послуги консалтингового центру

Назва послуги	Ціна одиниці послуги (грн)
1. Розробка бізнес-плану	15 000 – 30 000
2. Розробка стратегії підприємства	25 000 – 50 000
3. Маркетингове дослідження	10 000 – 25 000
4. Консультація по формуванню іміджу підприємства	2 000 – 5 000
5. Ціноутворення	7 000 – 15 000
6. Аналіз ефективності реклами	5 000 – 12 000
7. Розробка статутних документів	3 000 – 7 000
8. Розробка системи внутрішніх організаційно розпорядчих документів і посадових інструкцій	8 000 – 20 000
9. Підбір кадрів	4 000 – 10 000
10. Оцінка системи управління та її вдосконалення	15 000 – 35 000
11. Ведення бухгалтерського обліку і звітності підприємства	6 000 – 15 000
12. Розробка бюджету підприємства	5 000 – 12 000
13. Аналіз фінансової діяльності підприємства	7 000 – 18 000
14. Інвестиційне планування	15 000 – 35 000

Джерело: сформовано автором

Дані в таблиці 2.10 демонструють приблизний рівень цін на основні консультаційні послуги, які пропонує новостворений центр. Дані свідчать про широкий спектр спеціалізованих послуг у сферах стратегічного, фінансового, маркетингового, юридичного та кадрового консалтингу.

Найвищу вартість мають послуги, пов'язані з розробкою стратегії підприємства (25 000 – 50 000 грн), інвестиційним плануванням (15 000 – 35 000 грн) та оцінкою системи управління (15 000 – 35 000 грн), що свідчить про їх складність, трудомісткість і високу додану вартість. Такі послуги, як правило,

орієнтовані на середній і великий бізнес або компанії, які знаходяться в стадії активного розвитку.

Середній ціновий сегмент включає послуги з розробки бізнес-планів (15 000 - 30 000 грн), аналізу фінансової діяльності (7 000 - 18 000 грн), ведення бухгалтерського обліку (6 000 - 15 000 грн), а також маркетингових досліджень (10 000 - 25 000 грн). Це основні напрямки консалтингу, які користуються стабільним попитом серед малого та середнього бізнесу.

До нижнього цінового діапазону входять разові або вузькоспеціалізовані послуги, зокрема: консультації щодо іміджу підприємства (2000 - 5000 грн), підбір персоналу (4000 - 10000 грн), розробка статутних документів (3000 - 7000 грн). Вони більш доступні для клієнтів і можуть використовуватися на початкових етапах формування бізнесу.

Також варто відзначити, що більшість послуг мають гнучкий ціновий діапазон, що дозволяє адаптувати вартість до складності завдання, обсягу роботи, розміру бізнесу клієнта та специфіки галузі. Такий підхід підвищує конкурентоспроможність консалтингового центру та дозволяє обслуговувати широку цільову аудиторію.

У цілому в таблиці вказано стратегічну орієнтацію центру на комплексне консалтингове обслуговування підприємств різного масштабу з урахуванням реалій ринку та потреб цільових клієнтів.

Остаточна ціна консалтингової послуги формується в процесі переговорів консультанта з клієнтом і залежить від здатності консультанта переконати клієнта у доцільності консультування та необхідності сплачувати вказані консультантом суми.

При встановленні ціни на послуги консалтингових підприємств враховують репутацію та досвід роботи на даному ринку, а також в галузі, знання проблем клієнта та специфіки питання, наявність засобів, персоналу та інших факторів, а також необхідність покриття власних витрат.

ТОВ "StratITech" застосовуватиме паушальну форму оплати послуг, але ціна може дещо змінюватися залежно від складності і об'єму роботи.

Варто відмітити, що підприємство застосовуватиме систему знижок цін для постійних клієнтів, для клієнтів, що замовляють декілька видів послуг одночасно, це сприятиме підвищенню доступності послуг фірми для її клієнтів, пошуку постійних клієнтів.

Отже, варто приділяти значну увагу розробці ефективних маркетингових заходів для успішної діяльності і досягнення поставлених цілей даного підприємства.

Реалізація ефективної рекламної політики, доступні ціни, гнучка система знижок, вигідні умови співпраці для постійних клієнтів також стануть важливими факторами успішної реалізації створюваного проекту ТОВ "StratITech".

Важливим аспектом успішності консалтингової фірми є професіоналізм працівників. Адже створення консультаційного продукту, що цілком задовольнив би споживача, можуть забезпечити лише висококваліфіковані професіонали.

Можна виділити специфічні характеристики консультанта, що відрізняють його від інших професій. До них належать наявність аналітичних здібностей, творчий підхід та оригінальне бачення проблем, компетентність у галузі поведінкових наук, а також емоційна зрілість.

Найчастіше у процесі роботи консультант зустрічається з необхідністю виявлення природи негативних змін, що виникли в організації клієнта, та визначення механізму їх походження. Тому саме аналітичні здібності та діагностичні навички сприяють успіху консультування. Проведення діагностики вимагає зосередженості та професійної інтуїції для безпомилкового визначення причинно-наслідкових зв'язків та побудування дерева цілей.

Так як людські стосунки в організації клієнта часто є причиною конфліктів, консультантові потрібно, для успішної реалізації рекомендацій, оцінити природу та динаміку відносин в організації клієнта, культуру бізнесу, подолати опір новаціям та переконати клієнта у необхідності змін.

Для організації ефективної і плідної роботи фірми штаб її працівників повинен включати апарат управління і допоміжних робітників, які також впливають на діяльність підприємства і сприяють підвищенню її ефективності.

2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування консалтингового центру

Стартовий капітал це загальна сума коштів, необхідна для відкриття та функціонування реабілітаційного центру до тих пір, поки він не почне приносити постійний дохід.

Стартовий капітал використовується для планування бюджету, знання того, скільки грошей вам знадобиться до прийому першого пацієнта, а також для залучення інвесторів або кредитів.

Конкретні цифри дозволяють ефективно обґрунтувати суму позики, аналіз ризиків допомагає виявити слабкі місця та спрогнозувати непередбачені витрати, оцінити термін окупності, скільки часу знадобиться, щоб проект почав приносити прибуток, контролювати витрати та уникати перевиконання бюджету.

В таблиці 2.11 сформований стартовий капітал на створення консалтингового центру.

Таблиця 2.11

Стартовий капітал

№	Статті витрат	Сума, грн	Питома вага, %
1	2	3	4
1	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	2 700	0.33
2	Оренда	41 700	5.10
3	Витрати на ремонт приміщення	75 000	9.18

Продовження табл. 2.11

1	2	3	4
4	Вартість придбання необхідних меблів	120 490	14.74
5	Вартість придбаних комп'ютерів, принтерів	326 000	39.89
6	Вартість підключення до Інтернет	3 300	0.40
7	Витрати на проведення рекламних заходів до відкриття бізнесу	108 000	13.22
8	Витрати на установку охоронної сигналізації	50 000	6.12
9	Страховання бізнесу (на 3 роки)	50 000	6.12
10	Інші	40 000	4.89
	У С Ь О Г О	817 190	100
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1	Власні засоби	417 190	51.05
2	Кредити комерційних банків	400 000	48.95

Джерело: складено автором

В таблиці 2.11 показана стартова сума, що дозволяє створити консалтинговий центр. Стартовий капітал створення консалтингового центру складає всього 817 190 тис грн. Планується, що частина з цих коштів, тобто 417 190 тис грн або 51.05% підуть з власних засобів.

Для забезпечення ефективної роботи консультантів потрібно створити для них зручні робочі місця з усім необхідним обладнанням. Офіс ТОВ "StratITech" буде розміщений в орендованому приміщенні площею 140 м², вартість оренди за місяць складає 20 850 грн, що за рік складатиме 250 200 грн [31].

Комерційне приміщення в центрі Одеси, що має рецепцію, 5 кабінетів, кухню, сан.вузол, генератор, автоматичне підключення світла, приміщення з ремонтом та частково з меблями, що дозволить зекономити на ремонті.

Для функціонування консалтингового центру, необхідно зробити ремонт приміщення. Витрати на ремонт представлені таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Витрати на ремонт приміщення

Вид роботи	Вартість роботи, грн
Оформлення зони секретаря	25 000
Перевірка водопостачання та елетросистеми	15 000
Освітлення (енергоощадні лампи, монтаж)	15 000
Оснащення кухні	20 000
Всього	75 000

Джерело: розроблено автором

З таблиці 2.12 бачимо, що на ремонт приміщення консалтингового центру потрібно 75 000 грн.

Перед початком роботи ТОВ "StratITech" в офісному приміщенні все одно буде проведений косметичний ремонт для створення затишного і зручного інтер'єру, який сприятиме плідній роботі консультантів і співпраці з клієнтами. Адже хороші умови праці також позитивно впливають на ефективність праці.

Робочі місяця працівників будуть оснащені комп'ютерами, всіма необхідними канцелярськими предметами, в офісі буде також багатофункціональний принтер для роздрукування документів. Комп'ютери будуть об'єднані локальною мережею для зручного передавання необхідної інформації між консультантами, а також матимуть доступ до Інтернету, що надасть працівникам можливість швидкого пошуку потрібної інформації.

Для належного функціонування бізнесу потрібно буде придбати техніку. Для цього обраний маркет-плейс «ROZETKA». Провайдером інтернету обрана телекомунікаційна компанія «Briz», обраний пакет інтернету (500 Мбит/с) коштує 429 грн/міс.

Необхідне обладнання ТОВ "StratITech" представлено у таблиці 2.13.

З таблиці 2.13 видно, що для покупки необхідного офісного обладнання для фірми необхідно 120 490 тис грн. Це обладнання дозволить створити комфортні умови як для персоналу, так і для відвідувачів, забезпечивши ефективне ведення документації, дистанційну роботу з фахівцями.

Таблиця 2.13

Вартість придбання необхідних меблів

Назва обладнання	Кількість одиниць	Вартість одиниці (грн)	Загальна вартість (грн)
Офісні столи	5	4200	21 000
Офісні стільці	14	1300	18 200
Шафи для документів	6	4000	24 000
Офісні тумбочки	5	1700	8 700
Диван	2	5 000	10 000
Стіл для переговорів	2	7000	14 000
Телефон-факс	2	1200	2 400
Телефон	6	1 365	8 190
Журнальні столики у зону очікування	2	2000	4 000
М'які крісла для відвідувачів	4	2500	10 000
Всього	-	52 765	120 490

Джерело: розроблено автором

Також для повноцінної роботи необхідно придбати комп'ютери, принтери та програмне забезпечення. Вартість придбаних комп'ютерів, принтерів та програмного забезпечення розраховано в таблиці 2.14

Таблиця 2.14

Вартість придбаних комп'ютерів, принтерів та програмного забезпечення

№	Найменування	Кількість, од.	Ціна за одиницю, грн	Ціна всього, грн
1	Настільні комп'ютери	7	20 000	140 000
2	Ноутбуки для персоналу	3	30 000	90 000
3	Принтери/БФП	4	12 000	48 000
4	Wi-Fi роутери	2	3 000	6 000
5	Мережеве обладнання (світчі, кабелі)	1 комплект	10 000	10 000
6	Камери відеоспостереження	4	5 000	20 000
7	Мікрофони/веб-камери	6	2 000	12 000
	Всього	-	82 000	326 000

Джерело: розроблено автором.

З таблиці 2.14 видно, що для придбання технологічного обладнання необхідно 326 000 грн.

Далі розглянемо необхідні витрати на проведення рекламних заходів та підвищення впізнаваності консалтингового центру. Як зазначалося раніше, для новоствореного центру важливе значення матиме реклама, адже проблемою багатьох консалтингових фірм є те, що про їх існування не знають, споживачі не розуміють значення і корисності їх послуг. Тому ТОВ "StratITech" використовуватиме інформативну і спонукальну рекламу, витрати на проведення рекламної кампанії представлені у таблиці 2.15.

Таблиця 2.15

Витрати на проведення рекламних заходів до відкриття

№	Найменування заходу	Вартість, грн
2	Розміщення на інформаційних порталах (новини, блогери)	30 000
3	Візитки	3 000
	Реклама в Google Ads (контекстна реклама)	35 000
4	Офіційний сайт центру+SEO	40 000
	Всього	108 000

Джерело: розроблено автором

З таблиці 2.15 слідує, що загальна сума витрат на просування консалтингового центру становить 108 000 грн, що дозволяє охопити як онлайн, так і офлайн канали.

В Україні діє національна програма «5-7-9% доступних кредитів» для підтримки малого та середнього бізнесу. За схемою кооперативні банки надаватимуть кредити за пільговими ставками залежно від розміру підприємства та нових робочих місць. Зокрема, Ощадбанк надає кредити на суму до 150 млн грн на максимальний термін до 10 років під 1% або 5% річних залежно від кількості створених робочих місць.

Варто відзначити, що більшість банків встановлюють максимальний термін кредитування на рівні 5 років. Тому отримати позику на 6 років може

бути складніше. Для уточнення можливості пролонгації рекомендується звертатися безпосередньо в банку.

Ощадбанк надає кредити за умовами:

- 1) сума кредиту – 400 000 грн;
- 2) строк кредитування – 4 роки (48 місяців).
- 3) відсоткова ставка – 5% річних.

Детальніше графік за кредитом розглянемо в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

Графік виплат по кредиту

№	Дата платежу	Сума платежу (грн)	Основна заборгованість (грн)	Нараховані відсотки (грн)	Залишок заборгованості (грн)
1	01.01.2026	9211,72	7545,05	1666,67	392454,95
2	01.02.2026	9211,72	7576,49	1635,23	384878,46
3	01.03.2026	9211,72	7608,06	1603,66	377270,4
4	01.04.2026	9211,72	7639,76	1571,96	369630,65
5	01.05.2026	9211,72	7671,59	1540,13	361959,06
6	01.06.2026	9211,72	7703,55	1508,16	354255,5
7	01.07.2026	9211,72	7735,65	1476,06	346519,85
8	01.08.2026	9211,72	7767,88	1443,83	338751,96
9	01.09.2026	9211,72	7800,25	1411,47	330951,71
10	01.10.2026	9211,72	7832,75	1378,97	323118,96
11	01.11.2026	9211,72	7865,39	1346,33	315253,57
12	01.12.2026	9211,72	7898,16	1313,56	307355,41
13	2027	9211,72	8302,25	909,47	209970,95
14	2028	9211,72	8727	484,71	107604,12
15	2029	9211,72	9173,49	38,22	0

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.16 слідує, що, використовуючи анuitетний метод розрахунку (рівні щомісячні платежі), щомісячний платіж становитиме приблизно 9211,72 грн.

Далі необхідно розглянути поточні витрати. Спочатку порахуємо кожен окремо статтю витрат, а потім зведемо в загальну таблицю.

Нижче в таблиці 2.17 представлено матеріальні витрати для консалтингового центру, які базуються на сучасних реаліях 2025 року та

розширеному списку необхідних матеріалів. Витрати подано у розрахунку на місяць та на рік функціонування консалтингового центру.

Таблиця 2.17

Матеріальні витрати

Матеріальні витрати	Витрати за місяць, грн	Витрати за рік, грн
Оренда офісу (до 140 м ² , Одеса)	20,850	250 200
Комунальні послуги (світло, вода, опалення, інтернет)	10 000	120 000
Канцелярія, витратні матеріали картриджі, дрібне оснащення	3,000	36,000
Офісні потреби (вода, кава, серветки тощо)	1,500	18,000
Обслуговування офісу (дрібний ремонт, прибирання)	3,000	36,000
Маркетинг (реклама, контент, дизайн)	8,000	96,000
Навчання персоналу (Онлайн-курси, конференції, сертифікації)	3,000	36,000
Програмне забезпечення (ліцензії, оновлення) Office, Adobe, бухгалтерські системи	3,000	36,000
Всього	47 950	570 000

Джерело: сформовано автором

За розрахунками в таблиці 2.17 щомісячні матеріальні витрати 47 950 грн, а річні – 570 000 грн.

Нижче наведено таблицю персоналу, сформовану відповідно до стандартів, з урахуванням оптимального штату та актуального рівня заробітної плати у 2025 році. Також враховано ЄСВ (єдиний соціальний внесок) – 22% від заробітної плати.

Для консалтингового центру важливе значення мають працівники, тому що тільки професійні консультанти, з досвідом роботи і всіма необхідними навичками і здібностями, здатні надати якісну консультаційну послугу.

Штатний розклад працівників ТОВ "StratITech" представлений п'ятьма консультантами, директором, секретарем і прибиральницею (таблиця 2.18).

Таблиця 2.18

Штатний розклад працівників ТОВ "StratITech"

Посада	Кількість посадових ставок	Заробітна плата за місяць без ЄСВ, грн	Заробітна плата за місяць з ЄСВ, грн
Директор	1	40 000	48 800
Економіст	1	25 000	30 500
Маркетолог	1	20 000	24 400
Менеджер	1	20 000	24 400
Бухгалтер	1	25 000	30 500
Фінансист	1	25 000	30 500
Секретар	1	15 000	18 300
Прибиральниця	1	10 000	12 200
Всього	8	180 000	219 600

Джерело: сформовано автором

З наведених даних таблиці 2.18 видно, що п'ять консультантів консалтингового центру, економіст, менеджер, маркетолог, фінансист, бухгалтер висококваліфіковані спеціалісти, професіонали своєї справи, освічені особи з неабияким досвідом роботи у своїй сфері, здатні знайти підхід, спільну мову з клієнтами і надати їм допомогу у вирішенні різноманітних питань, пов'язаних з веденням бізнесу.

Загальний фонд заробітної плати (з ЄСВ) на місяць становить 219 600 грн, а без ЄСВ 180 000 грн.

Найбільше навантаження по зарплаті припадає на персонал, оскільки саме вони формують якість надаваних послуг, а отже довіру.

Оптимально сформований штат забезпечує безперебійну роботу консалтингового центру.

Штаб працівників ТОВ "StratITech" представлений у таблиці 2.19 де також перераховані функціональні обов'язки і посадові оклади працівників.

Таблиця 2.19

Штаб основних працівників ТОВ "StratITech"

Посада	Функціональні обов'язки
Директор	Організація робочого процесу, ведення бухгалтерського обліку, підбір персоналу.
Бухгалтер	Ведення бухгалтерського обліку і звітності клієнтів, розробка бюджету підприємства, аналіз фінансової діяльності підприємств-клієнтів.
Економіст	Розробка бізнес-планів, стратегії підприємства.
Менеджер	Розробка статутних документів, системи внутрішніх організаційно-розпорядчих документів і посадових інструкцій; підбір кадрів; оцінка системи управління та її удосконалення.
Маркетолог	Проведення маркетингових досліджень, консультації по формуванню іміджу підприємства, допомога при виборі методу ціноутворення, аналіз ефективності реклами.
Фінансист	Інвестиційне планування
Секретар	Прийом дзвінків, ведення запису клієнтів
Прибиральниця	Підтримка чистоти і затишку в офісі підприємства.

Джерело: сформовано автором.

З таблиці 2.19 слідує, що штатна структура ТОВ «StratITech» сформована таким чином, аби забезпечити повний цикл надання консалтингових послуг, починаючи від стратегічного планування та фінансової аналітики і завершуючи організаційною підтримкою та сервісом клієнтів.

До складу підприємства входить керівний, аналітичний, виконавчий та обслуговуючий персонал. Таким чином, організаційна структура є достатньо гнучкою та водночас функціонально повною, що дозволяє ефективно реалізовувати поставлені перед ТОВ «StratITech» цілі, забезпечуючи високу якість надання консалтингових послуг.

Визначимо основні вимоги до персоналу консалтингового центру ТОВ "StratITech" (таблиця 2.20) , адже підбір кваліфікованих працівників – важливий фактор успіху підприємства.

Таблиця 2.20

Вимоги до працівників ТОВ "StratITech"

Посада	Вимоги до працівника
Директор	- Вища освіта; - Досвід роботи; - Відповідальність, дисциплінованість; - Чесність; - Комунікабельність; - Ініціативність; - Характеристики з попередніх місць роботи
Консультанти: - економіст; - менеджер; - маркетолог; - фінансист; - бухгалтер	- Вища освіта; - Досвід роботи не менше 5-ти років; - Відповідальність; - Комунікабельність, вміння спілкуватись з людьми; - Характеристики з попередніх місць роботи.
Секретар	- Освіта середня; - Навики роботи з комп'ютером; - Комунікабельність, вміння спілкуватися з людьми; - Характеристики з попередніх місць роботи
Прибиральниця	- Охайність; - Добросовісність.

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.20 свідчить, що консультанти ТОВ "StratITech" повинні мати вищу освіту і професійний досвід, адже від рівня їх професіоналізму безпосередньо залежить якість пропонованих послуг. Основні співробітники компанії повинні бути комунікабельними людьми, тому що їх робота полягає в спілкуванні з людьми, консультант повинен вміти знаходити спільну мову і ввічливо спілкуватися з усіма клієнтами.

Директор підприємства повинен бути відповідальною, дисциплінованою та активною людиною. Повинен вміти організовувати роботу компанії, сприяти ефективній діяльності та приймати рішення щодо стратегії компанії.

Для відшкодування вартості зношеної частини основних фондів кожне підприємство здійснює амортизаційні відрахування, відповідно до розмірів фізичного спрацювання і техніко-економічного старіння.

Ці відрахування включають до собівартості продукції, реалізують при продажу товарів, а потім накопичують у спеціальному амортизаційному фонді, що слугує відновленню основних фондів.

Виділяють декілька методів амортизації: прямолінійний; метод зменшення залишкової вартості; метод прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний; виробничий метод.

Амортизаційні відрахування, нараховані на основні фонди консалтингового центру ТОВ "StratITech" представлені у таблиці 2.21.

Таблиця 2.21

Амортизаційні відрахування за рік функціонування ТОВ "StratITech"

Назва обладнання	Вартість одиниці (грн)	Термін експлуатації (років)	Амортизація за рік (грн)	Загальна амортизація одного виду обладнання (грн)
Настільні комп'ютери	20 000	5	4 000	28 000
Ноутбуки для персоналу	30 000	5	6 000	18 000
Всього	50 000		10 000	46 000

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.21 слідує, що сума амортизації в місяць складатиме 833,3 грн, а в рік – 10 000 грн відповідно.

Як бачимо з таблиці, 2.21 слідує, що кількість об'єктів амортизації в даному консалтинговому центрі відносно невелика, оскільки більшість меблів та обладнання коштує менше 10 тис. грн.

Згідно з українським податковим законодавством активи вартістю нижче цієї суми не вважаються основними засобами і не амортизуються – вони списуються на витрати при введенні в експлуатацію.

Зведемо всі розрахунки щодо поточних витрат в таблицю 2.22.

Таблиця 2.22

Загальні поточні витрати на функціонування новоствореного
консалтингового центру

Найменування витрат	Витрати за місяць, грн	Витрати за рік, грн	Питома вага, %
1. Матеріальні витрати	47 950,00	570 000,00	13,09%
2. Заробітна плата (з ЄСВ)	219 600,00	2 635 200,00	63,75%
3. Амортизаційні відрахування	833,30	10 000,00	0,24%
4. Комунальні платежі	10 000,00	120 000,00	2,90%
5. Виплати за кредитом	9 211,72	110 540,64	2,67
6. Реклама, після відкриття фірми	20 000,00	240 000,00	5,81
7. Оренда приміщення	20 850,00	250 200,00	6,05
8. Послуги інтернету	1 000,00	12 000,00	0,29
9. Інші витрати	15 000,00	180 000,00	4,35
Усього	344 445,02	4 133 340,24	100,00

Джерело: розроблено автором

З таблиці 2.22 слідує, що найбільше частку поточних витрат займає заробітна плата 219 600 тис грн на місяць та 2 635 200 тис грн на рік.

Висновки до розділу 2

1. Проведена комплексна аналітична оцінка можливості створення консалтингового центру ТОВ “StratITech” у м. Одесі свідчать про наявність сприятливих умов для виходу на місцевий ринок консалтингових послуг, незважаючи на існуючі економічні та регуляторні виклики.

Проведений аналіз ринку показав, що консалтинг в Одесі є динамічною та розвиваючою сферою, зокрема в сегментах управлінського, фінансового, маркетингового та IT-консалтингу. Основними споживачами таких послуг є представники малого та середнього бізнесу (МСП), які потребують зовнішньої експертизи для вирішення нагальних бізнес-задач. Висока частка фрілансерів і невеликих агентств на ринку створює конкурентне середовище, залишаючи вільними ніші для мультисервісних компаній, які пропонують комплексні рішення.

2. Проведений SWOT та PEST аналіз ринку дозволив визначити як сильні сторони ТОВ “StratITech” команда з практичним досвідом, гнучкою ціновою політикою, індивідуальним підходом так і слабкі сторони, зокрема обмежений бюджет на старті, низьку впізнаваність бренду та відсутність масштабних кейсів у портфоліо. Зовнішні можливості (зростаючий попит на цифрові послуги, розвиток МСП, грантова підтримка) значною мірою компенсують потенційні загрози (економічна нестабільність, конкуренція, регуляторні зміни).

Дослідження конкурентного середовища показало, що на одеському ринку працюють як локальні компанії (Torch 42, Impera Law & Consult, OdesSeo), так і представництва національних і міжнародних гравців (KPMG, Baker Tilly, Netpeak). Незважаючи на те, що ці конкуренти мають сильні позиції, досвід і визнані бренди, ТОВ “StratITech” має можливість запропонувати унікальну цінність – комплексне обслуговування для МСП в режимі «єдиного вікна».

3. Розрахунок стартових витрат показав, що для відкриття підприємства необхідно 817 190 грн, з яких 400 тис. грн планується залучити у вигляді банківського кредиту під 5% річних. Витрати включають придбання меблів та обладнання, ремонт, маркетинг і рекламу, страхування, а також створення комфортних умов офісу. Фінансова модель побудована на реалістичних прогнозах з урахуванням ануїтетних платежів за кредитом, витрат на просування та операційних витрат.

Розраховані поточні витрати за рік функціонування консалтингового центру складають 344 445,02 грн в місяць та відповідно 4 133 340,24 грн на рік. Найбільшу частку поточних витрат займають витрати на заробітну плату.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЦЕНТРУ

3.1. Оцінка прибутковості проєкту

Прогнозування прибутковості інвестиційного проєкту базується на стандартному підході, що передбачає послідовне зменшення обсягів виручки підприємства на величину всіх видів витрат, пов'язаних із його господарською діяльністю. До таких витрат належать витрати на сировину, матеріали, комплектуючі, заробітну плату персоналу, енергоресурси, амортизаційні відрахування, адміністративні витрати, витрати на збут та сплата податків.

Слід зауважити, що амортизація, як негрошова стаття, включається у витрати для розрахунку податку на прибуток, але при цьому додається назад до чистого прибутку під час формування грошового потоку, оскільки не передбачає фактичного відтоку грошових коштів.

Особливу роль у фінансовому аналізі відіграє поняття «вивільнення оборотного капіталу», яке означає повернення інвестованих коштів, раніше спрямованих на поповнення оборотних активів. Це вивільнення, як правило, відображається як додатковий грошовий приплив у завершальний рік реалізації проєкту, оскільки компанія реалізує залишки або отримує платежі від контрагентів.

Аналогічним чином, залишкова вартість основних засобів (зокрема обладнання) у разі його продажу або переоцінки після завершення проєкту також формується як позитивний грошовий потік у фінальній фазі інвестиційного циклу.

Крім того, протягом реалізації проєкту зміни в оборотному капіталі (зростання або зменшення дебіторської/кредиторської заборгованості, запасів тощо) формують додаткові потоки як позитивні, так і негативні. Наприклад, зростання дебіторської заборгованості означає, що кошти не надійшли на рахунок, тобто маємо справу з від'ємним грошовим потоком. Водночас

збільшення кредиторської заборгованості (наприклад, постачальники дозволяють оплату з відстрочкою) розглядається як позитивний грошовий потік, оскільки зменшує потребу в ліквідних коштах.

Поширеним запитанням під час формування грошового потоку є доцільність врахування виплат за кредитом як основної суми, так і відсотків. Проте такі виплати не включаються до проєктного грошового потоку, оскільки фінансова модель вже враховує вартість капіталу через ставку дисконтування. Відповідно, повторне врахування боргової складової (через вирахування з грошового потоку) призвело б до подвоєного обліку витрат на обслуговування позики.

Таким чином, підхід до розрахунку NPV передбачає дисконтування загального грошового потоку проєкту (операційного та інвестиційного) з урахуванням вартості залученого капіталу. Це дозволяє оцінити ефективність проєкту з погляду його здатності покрити початкові вкладення та створити надлишкову вартість.

Рентабельність є одним із найважливіших показників економічної доцільності інвестиційного проєкту. Він відображає здатність компанії створювати додану вартість і забезпечувати стійкі фінансові результати. Оцінка рентабельності дозволяє не тільки визначити ефективність витрачання ресурсів, але й приймати обґрунтовані управлінські рішення на етапі планування, запуску та розвитку підприємства.

За перший рік функціонування загальний річний дохід консалтингового центру становитиме 6 528 000 грн, що в місячному еквіваленті складає 544 000 грн, що розраховано в Додатку А.

У рамках проєкту відкриття консалтингового центру в Одесі зроблено прогноз основних фінансових показників на п'ятирічний період. Враховувалися як початкові капіталовкладення (на ремонт, обладнання, реєстрацію бізнесу, запуск рекламної кампанії), так і постійні та змінні операційні витрати (оренда, зарплата, програмне забезпечення, маркетинг тощо).

У таблиці 3.1 представлено прогноз основних фінансових показників інвестиційного проєкту за роками, включаючи виручку, поточні витрати, прибуток, податки, чистий прибуток і грошовий потік.

Таблиця 3.1

Грошові потоки

Показники	За роками (тис. грн)				
	1-ий	2-ий	3-ій	4-ий	5-ий
1. Виручка від реалізації	6 528,00	6 854,40	7 197,12	7 556,98	7 934,83
2. Поточні витрати	4 133,34	4 340,00	4 557,00	4 784,85	5 024,09
3. Фінансовий результат (прибуток)	2 394,66	2 514,40	2 640,12	2 772,12	2 910,73
4. Податок на прибуток	478,93	502,88	528,02	554,42	582,15
5. Чистий прибуток	1 915,73	2 011,52	2 112,10	2 217,70	2 328,58
6. Грошовий потік	1 915,73	2 011,52	2 112,10	2 217,70	2 328,58

Джерело: складено автором

З таблиці 3.1 слідує, що упродовж першого року роботи консалтингового центру очікується дохід від надання послуг у розмірі 6 528,00 тис. грн. У другому році ця сума зросте до 6 854,40 тис. грн. Збільшення доходу зумовлено поступовим укріпленням позицій компанії на ринку та зростанням кількості клієнтів.

Поточні витрати, які були розраховані у другому розділі, становитимуть 4 133,34 тис. грн у першому році та залишаться на такому ж рівні в наступному 4 340,00 тис. грн.

Фінансовий результат – це різниця між отриманим доходом та понесеними витратами, тобто чистий прибуток або збиток. Це поняття використовується у бухгалтерському обліку для визначення ефективності діяльності підприємства. Компанія завжди демонструє фінансовий результат позитивний або негативний. Запланований фінансовий результат для першого

року діяльності консалтингового центру становитиме 2 394,66 тис. грн, а в другому році 2 514,40 тис. грн.

Податок на прибуток це прямий податок, який сплачується з прибутку, отриманого від основної діяльності підприємства, включаючи продаж продукції, послуг, оренду, роялті, а також фінансові операції з цінними паперами, валютами тощо. У перший рік передбачається податок на прибуток у розмірі 807,73 тис. грн, а у другий рік 478,93 тис. грн.

Чистий прибуток це фактичний дохід, який залишається у розпорядженні підприємства після сплати всіх податків та обов'язкових платежів. За результатами першого року діяльності консалтингового центру чистий прибуток становитиме 1 915,73 тис. грн, а за другий рік 2 011,52 тис. грн.

Чистий грошовий потік підприємства визначається як сума надходжень і витрат коштів за певний звітний період. Він показує зміну загального обсягу грошових коштів на підприємстві. Основою для обчислення цього показника є операційна діяльність, тобто грошові потоки, пов'язані з основною бізнес-діяльністю. Операційний грошовий потік розглядається як ключовий індикатор фінансової стійкості підприємства. Грошовий потік консалтингового центру в перший рік його діяльності складе 1 915,73 тис. грн, а у другий рік буде складати 2 011,52 тис. грн.

3.2. Характеристика життєвого циклу проєкту

Кожен проєкт під час реалізації проходить різні етапи, які формують життєвий цикл проєкту. Життєвий цикл проєкту це послідовність фаз проєкту, через які проєкт повинен пройти, щоб забезпечити досягнення цілей проєкту. Життєвий цикл охоплює всі етапи реалізації проєкту [36, с. 19].

У випадку створення консалтингового центру, життєвий цикл охоплює весь процес від формулювання ідеї до виходу на стабільний прибуток і можливого масштабування. Проєкт відкриття консалтингового центру можна поділити на такі ключові етапи життєвого циклу. Перший етап завжди

ініціювання проєкту. На цьому етапі формується основна ідея створення консалтингового центру. Визначаються його основні цілі, напрямки діяльності, перелік послуг, що надаватимуться, та цільова аудиторія. Проводиться аналіз ринку, конкурентного середовища, оцінюється попит на консалтингові послуги. Розробляється бізнес-план, реєструється суб'єкт господарювання, обирається юридична форма (ФОП або ТОВ), здійснюється пошук та оренда офісного приміщення. На другому етапі планування розробляється організаційна структура, підбирається персонал, закуповується обладнання, меблі, програмне забезпечення (CRM, бухгалтерські програми). Паралельно створюється корпоративний стиль, розробляється сайт, запускаються маркетингові канали, соціальні мережі, плануються рекламні кампанії. Також формується цінова політика і система взаємодії з клієнтами.

На третьому етапі виконання починається безпосередня діяльність центру, тобто надання консультацій, супровід клієнтів, виконання перших замовлень. Реалізується маркетингова стратегія, проводяться зустрічі з партнерами, аналізуються відгуки клієнтів. Спектр послуг уточнюється відповідно до потреб ринку. На четвертому етапі розвитку передбачається стабільна робота консалтингового центру, розширення клієнтської бази, вдосконалення бізнес-процесів, навчання персоналу. Центр може почати спеціалізуватися на окремих напрямках консалтингу (наприклад, ІТ, фінанси, маркетинг) або розширити географію обслуговування (в тому числі за рахунок онлайн-сервісів).

Кінцевий етап це оцінка результатів і стратегічне рішення. Проводиться остаточний аналіз фінансових та організаційних результатів проєкту: рентабельність, задоволеність клієнтів, ринкова репутація. На основі зібраних даних приймається рішення про подальший розвиток: масштабування бізнесу, відкриття відділень, розширення спектру послуг або оновлення бренду.

Життєвий цикл проєкту консалтингового центру охоплює п'ять ключових фаз таких як ініціювання, планування, реалізацію, експлуатацію та завершення/трансформацію. Ретельне планування та адаптація на кожному з етапів дозволяють не лише забезпечити стабільну діяльність, а й досягти

стратегічного зростання у конкурентному середовищі. Для ефективної реалізації життєвого циклу проекту доцільно використовувати інструменти управління проектами, зокрема діаграму Ганта, яка дозволяє візуалізувати ключові етапи, терміни, виконавців, а також контролювати виконання плану. Він представлений в додатку Б.

Таблиця 3.2 демонструє основних стейкхолдерів проекту створення та функціонування консалтингового центру, класифікованих за ознаками внутрішньої чи зовнішньої участі, пріоритетності (рангу), цілей кожної сторони та потенційних наслідків у разі їх незацікавленості.

Таблиця 3.2

Список стейкхолдерів

Стейкхолдер	Внутрішній/ зовнішній	Ранг	Цілі стейкхолдера	Цілі СПД	Цілі стейкхолдера
Власник консалтинго вого центру	Внутрішній	1	Отримання прибутку, розвиток бізнесу	Фінансова стійкість і масштабуванн я діяльності	Отримання прибутку, розвиток бізнесу
Персонал (консультан ти, аналітики)	Внутрішній	2	Гідна оплата, кар'єрний ріст, професійний розвиток	Якісне надання послуг, задоволення клієнтів	Гідна оплата, кар'єрний ріст, професійний розвиток
Клієнти (підприємці, стартапи)	Зовнішній	1	Доступ до якісних консультацій, результативніст ь	Побудова позитивного іміджу, повторні звернення	Доступ до якісних консультацій, результативніст ь
Постачальни ки послуг (CRM, IT, бухгалтерія)	Зовнішній	3	Надійне партнерство, своєчасна оплата	Безперебійна робота сервісів	Надійне партнерство, своєчасна оплата
Органи державної реєстрації	Зовнішній	3	Дотримання законодавства	Легальна діяльність	Дотримання законодавства
Конкуренти (інші консалтинго ві компанії)	Зовнішній	4	Утримання позицій на ринку	Вигідне позиціонуванн я	Утримання позицій на ринку

Джерело: створено автором

З таблиці 3.2 видно, що внутрішні зацікавлені сторони включають власника проекту та персонал (консультанти, аналітики, адміністратори). Їхня мотивація спрямована на отримання прибутку, стабільність бізнесу та професійний розвиток. Недостатнє залучення цих учасників може призвести до зниження якості послуг, плинності кадрів або навіть фінансових втрат.

До зовнішніх зацікавлених сторін належать клієнти, постачальники послуг (CRM, IT, бухгалтерія), державні реєстраційні, конкуренти, фінансові установи. Кожна з цих сторін впливає на ефективність проекту шляхом формування умов, ресурсів, вимог і зворотного зв'язку.

Клієнти ключова аудиторія, від якої залежить успіх і стабільність проекту. Фінансові установи та інвестори визначають можливості для масштабування та розвитку бізнесу. Конкуренти створюють зовнішній тиск, який стимулює інновації та вдосконалення. Органи державної влади встановлюють нормативне поле, від якого залежить легітимність діяльності центру.

У таблиці також вказано ранг стейкхолдера, який відображає ступінь його впливу на досягнення цілей проекту. Відсутність інтересу або порушення комунікації з будь-яким із учасників екосистеми проекту може призвести до низки ризиків від втрати клієнтів до юридичних санкцій чи фінансових труднощів.

Таким чином, успішне функціонування консалтингового центру вимагає активної та збалансованої взаємодії з усіма категоріями зацікавлених сторін з урахуванням їхніх інтересів, очікувань та рівня впливу.

3.3. Розрахунок грошового потоку та аналіз показників економічної ефективності проєкту

З метою визначення економічної ефективності проєкту відкриття консалтингового центру “StratITech” необхідно провести дисконтування його грошових потоків.

В якості основного вимірювача прибутковості проекту, скоригованого з урахуванням тимчасового чинника, використовують показник чистого приведенного прибутку (net present value, NPV). Даний показник характеризує загальний абсолютний результат інвестиційної діяльності, її кінцевий ефект. Під NPV розуміють різницю дисконтованих на один період показників прибутку $B(t)$ і витрат $C(t)$. Якщо прибутки і витрати подані у вигляді потоку надходжень, то NPV дорівнює сучасній величині цього потоку. Величина NPV є основою для визначення інших вимірювачів ефективності [37, с. 157-158] і визначається за формулою 3.1:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B(t) - C(t)}{(1+i)^n} = \sum_{t=1}^n \frac{R(t)}{(1+i)^n} = \sum_{t=1}^n R(t)V^n \quad (3.1)$$

де Rt – розмір учасника потоку платежів;

V – дисконтний множник по ставці i (ставці порівняння).

Якщо первісні витрати – A виділяються в так званий нульовий період (період часу до початку експлуатаційної фази проекту), то формула 3.1 перетвориться до наступного виду формули 3.2:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{R(t)}{(1+i)^n} - A \quad (3.2)$$

Індекс прибутковості (*profitability index*, PI) показує відносну прибутковість проекту або дисконтовану вартість грошових надходжень від проекту в розрахунку на одиницю вкладень. Тобто індекс прибутковості - це метод, що порівнює теперішню вартість майбутніх грошових потоків з початковими інвестиціями [37, с. 170-171].

Дослідники проектів використовують різноманітні підходи до його числення. Одні – розраховують PI розподілом чистих приведених надходжень від проекту на вартість початкових інвестицій, за формулою 3.3:

$$PI = NPV / Co \quad (3.3)$$

де NPV – чиста приведена цінність проекту;

CO – початкові витрати.

У цьому випадку критерій ухвалення рішення аналогічний рішення, заснованому на NPV , тобто $PI > 0$.

Чим більше значення цього показника, тим вищий рівень віддачі від інвестованого капіталу. Якщо $PI > 1$, то проєкт є ефективним і його можна рекомендувати до реалізації. Якщо $PI < 1$, то від проєкту слід відмовитись, оскільки він є збитковим для інвестора. У випадку, коли $PI = 1$, проєкт забезпечує тільки відшкодування вкладеного капіталу. У цьому варіанті проєкт буде ефективен, як що $PI > 1$.

Єдина різниця між чистою теперішньою вартістю та індексом прибутковості полягає в тому, що при використанні показника NPV початкові витрати віднімаються від теперішньої вартості очікуваних грошових потоків, а при розрахунку показника PI теперішня вартість очікуваних грошових потоків ділиться на початкові витрати.

Проєкт приймається за умови, якщо його прибутковість більше за одиницю. Відповідно, якщо за проєктом індекс прибутковості перевищує одиницю, чиста теперішня вартість є позитивною.

Реалізація будь-якого інвестиційного проєкту вимагає залучення фінансових ресурсів, за які завжди необхідно платити. Так, за позикові засоби платять відсотки, за залучений акціонерний капітал дивіденди тощо.

Показник, що характеризує відносний рівень цих витрат, є ціною за використаний капітал. При фінансуванні проєкту з різних джерел цей показник визначається за формулою середньої арифметичної зваженої.

Щоб забезпечити дохід від інвестованих засобів або принаймні їх окупність, необхідно досягти такого становища, коли чиста поточна вартість буде більше нуля або дорівнюватиме йому [37, с. 174-176].

Для цього потрібно підібрати таку відсоткову ставку для дисконтування членів потоку платежів, яка забезпечить отримання виразів $NPV > 0$ або $NPV = 0$. Така ставка (бар'єрний коефіцієнт) має відображати очікуваний усереднений

рівень позикового відсотка на фінансовому ринку з урахуванням чинника ризику.

Очевидно, що вибір ставки відсотка при підрахунку *NPV*, *B/Cratio* і *PI* значно впливає на підсумковий результат розрахунку, а отже, і на його інтерпретацію. Розмір ставки відсотка, як уже відзначалося, залежить від темпу інфляції, альтернативних можливостей і ступеня інвестиційного ризику.

Цей критерій дозволяє інвестору даного проекту оцінити доцільність вкладення коштів. Якщо банківська дисконтна ставка більше *IRR*, то, очевидно, поклавши гроші в банк, інвестор зможе одержати велику вигоду.

Інший варіант інтерпретації даного показника: внутрішня норма рентабельності це найвища ставка відсотка, яку може за-платити інвестор, не втративши при цьому в грошах, якщо усікошти для фінансування інвестиційного проекту узяті в борг і загальна сума (основна сума плюс відсотки) повинна бути випла-чена з доходів від інвестиційного проекту після їх одержання.

Точний розрахунок *IRR* можна зробити тільки за допомогою комп'ютера, проте можливий наближений розрахунок *IRR* поетапним наближенням до точки, у котрої $NPV=0$.

Відтак, показник внутрішньої норми прибутку (*IRR*) характеризує максимально допустимий відносний рівень витрат, які можуть бути здійснені під час реалізації проекту.

Наприклад, якщо для реалізації проекту була отримана банківська позика, то значення *IRR* показує верхню межу допустимого рівня банківської відсоткової ставки, перевищення якої робить проект збитковим.

Таким чином, значення цього показника полягає в тому, що інвестор повинен порівняти отримане для інвестиційного проекту значення *IRR* із ціною залучених фінансових ресурсів (cost of capital – *CC*):

якщо $IRR > CC$, то проєкт слід прийняти;

якщо $IRR < CC$ – проєкт слід відкинути;

якщо $IRR = CC$ – проєкт ні прибутковий, ні збитковий.

Переваги показника внутрішня норма прибутковості (IRR) полягають у тому, що окрім визначення рівня рентабельності інвестиції, є можливість порівняти проекти різного масштабу і різної тривалості. Тобто, метод забезпечує незалежність результатів розрахунків від абсолютних розмірів інвестицій. Він відображає стійкість компанії до негативних змін (ті компанії, які мають більш значення IRR, є більш привабливими для інвесторів). Дає можливість правильно ранжувати інвестиційні проекти в порядку зменшення (збільшення) їх економічної ефективності. Найбільш прийнятний для порівняльної оцінки не тільки альтернативних реальних інвестиційних проектів, але й депозитних вкладів, цінних паперів тощо.

Проте показник внутрішньої норми прибутковості (IRR) має декілька недоліків.

По-перше, за умовчанням передбачається, що позитивні грошові потоки реінвестуються за ставкою, що дорівнює внутрішній нормі прибутковості. У випадку, якщо IRR близько до рівня реінвестицій фірми, то цієї проблеми не виникає; коли IRR, особливо привабливого інвестиційного проекту дорівнює, наприклад 80%, то мається на увазі, що всі грошові надходження повинні бути реінвестовані при ставці 80%. Однак малоймовірно, що підприємство має щорічні інвестиційні можливості, які забезпечують рентабельність у 80%. У даній ситуації показник внутрішньої норми прибутковості (IRR) завищує ефект від інвестицій (у показнику MIRR модифікована внутрішня норма прибутковості дана проблема усунена). [37, с. 177].

По-друге, немає можливості визначити, скільки принесе грошей інвестиція в абсолютних значеннях (доларах).

По-третє, в ситуації зі знакозмінними грошовими потоками може розраховуватися кілька значень IRR або можливе визначення неправильного значення.

По-четверте, виникають додаткові складності при виборі найбільш доцільного інвестиційного проекту, якщо критерій IRR приймає декілька різних значень.

Для подолання означених недоліків використовується Модифікована внутрішня норма дохідності (MIRR). Модифікована внутрішня норма дохідності (MIRR), на відміну від IRR, є ставкою дисконтування, яка прирівнює поточну вартість інвестиційних витрат не з поточною, а з майбутньою вартістю грошових потоків за доходами проекту.

До переваг показника MIRR, порівняно з IRR, належать:

1) модифікована норма дохідності припускає, що грошові потоки від усіх проектів реінвестуються за ставки, що дорівнює вартості капіталу, у той час як при застосуванні методу IRR, ставка реінвестування дорівнює IRR;

2) можливість урахування змінної вартості капіталу за роками реалізації проекту;

3) показник MIRR завжди має єдине значення як для нетрадиційних (неординарних) так і для ординарних грошових потоків;

4) несуперечність рекомендаціям вибору варіанту інвестування за методом NPV.

В таблиці 3.3 розрахуємо показники ефективності новоствореного проекту та зробимо подальші висновки.

Таблиця 3.3

Розрахунок показників ефективності проекту

Показник	За перший рік функціонування
Початкові інвестиції, тис. грн	817 190
Грошовий потік, тис. грн	1 915 727,81
Ставка дисконтування, %	23
Сьогоднішня вартість грошового потоку тис. грн	1 557 504,72
Чистий приведений дохід (NPV) тис. грн	740 314,72
Індекс прибутковості, коефіцієнт	1,91
Рентабельність інвестицій, %	34,46%
Період окупності з дисконтом	6 місяців
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	34,5%

Джерело: складено автором

Як свідчить аналіз даних у таблиці 3.3, вже в перший рік функціонування консалтингового центру проєкт демонструє позитивне значення чистої приведеної вартості (NPV), що підтверджує його економічну доцільність і привабливість з точки зору інвестування.

Початкові інвестиції склали 817 190 тис. грн. Очікуваний грошовий потік протягом першого року діяльності становить 1 915 727,81 тис. грн. Ставка 23% була використана для дисконтування грошових потоків, що відображає рівень ризику та альтернативну вартість капіталу. За цих умов теперішня (дисконтована) вартість грошового потоку становить 1 557 504,72 тис. грн.

Чиста поточна вартість становить 740314,72 тис. грн., що свідчить про позитивний фінансовий результат та доцільність реалізації проєкту. Індекс прибутковості (IP) становить 1,91, що свідчить про те, що кожна вкладена гривня приносить 1,91 грн дисконтованого доходу. Рентабельність інвестицій становить 34,46%, що є високим показником ефективності інвестицій.

Термін окупності з урахуванням дисконтування становить 6 місяців, що свідчить про швидке повернення вкладених коштів. При цьому внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 34,5% і перевищує ставку дисконту, що додатково підтверджує інвестиційну привабливість проєкту.

Оцінка результативності інвестиційного проєкту ґрунтується на комплексі показників, які дозволяють зіставити очікувані вигоди з понесеними витратами та оцінити проєкт з погляду різних зацікавлених сторін. Зазвичай виділяють три ключові підходи до оцінки:

Комерційна ефективність – характеризує фінансові результати проєкту для підприємства або інвестора;

Економічна ефективність – враховує не лише прибутки й витрати, але й соціально-економічні та екологічні наслідки реалізації;

Бюджетна ефективність – визначає вплив проєкту на державні чи місцеві фінансові ресурси, зокрема на доходи й видатки бюджету.

Для комплексної оцінки доцільно застосовувати такі основні індикатори: загальний обсяг інвестицій, грошовий потік (Cash Flow), чисту приведену

вартість (NPV), строк повернення інвестицій, внутрішню норму дохідності (IRR), співвідношення вигод і витрат (BCR), а також показники прибутковості.

3.4. Аналіз можливих ризиків та планування заходів щодо їх запобігання

Діяльність будь-якого підприємства пов'язана з певними ризиками, особливо це стосується новостворених фірм. Тому при плануванні діяльності підприємства неможливо не врахувати різноманітні загрози, що можуть призвести до додаткових витрат підприємства, недоотримання запланованого доходу і т. д. Отже, потрібно розглянути ризики, що загрожують консалтинговому центру “StratITech” і заходи, необхідні для того, щоб зменшити ці ризики та витрати, пов'язані з ними.

Тож перерахуємо найголовніші ризики для консалтингової центру “StratITech”:

1) скорочення підприємницької діяльності – для консалтингової фірми це важливо, тому що головний споживач її послуг – підприємець, відповідно створення і розвиток нових фірм породжує нових клієнтів для консалтингової фірми “StratITech”

2) низький рівень якості послуг – цей фактор також дуже важливий для нашої фірми, адже успіх будь-якої консалтингової центру, перш за все, залежить від рівня професіоналізму і кваліфікації консультантів;

3) зниження купівельної спроможності споживачів – зрозуміло, що зниження доходів потенційних споживачів послуг центру призведе до скорочення обсягів продаж консалтингового центру “StratITech” і може призвести до збиткової діяльності;

4) невдалий вихід на ринок – цей фактор досить важливий для консалтингової фірми, тому що однією із причин невдачі аналогічних підприємств є те, що потенційні споживачі їх послуг дуже мало знають про існування таких фірм, про корисність і важливість консультацій, про переваги

співпраці з консультантами. Тому при створенні консалтингового центру “StratITech” потрібно провести активну рекламну компанію, проінформувати потенційних споживачів про пропоновані послуги, про їх корисність і ефективність від їх споживання;

5) зростання конкуренції з боку інших консалтингових фірм звичайно, створення нових фірм і розвиток існуючих, може призвести наше підприємство до втрати клієнтів, що призведе до зниження прибутків. Тому потрібно робити все можливе для забезпечення такого рівня якості послуг і цін, які допомогли б втримати постійних клієнтів і зацікавити нових споживачів своїх послуг;

6) зростання податків і інфляція – ці фактори призводять до зниження прибутку підприємства. Зростання податків призведе до того, що підприємство повинно перерахувати більшу суму коштів до державного бюджету, що призводить до зниження прибутку. А підвищення рівня інфляція призводить до знецінення грошей, підвищенню цін.

Для кожного типу ризику можна оцінити ймовірність виникнення (P) та рівень впливу (I) за шкалою від 1 до 5. Це дозволяє побудувати матрицю ризиків.

Таблиця 3.4

Оцінка ризику бізнес-плану по організації консалтингового центру

Види ризиків, фактори	Ймовірність	Вплив на результат	Оцінка ризику
Скорочення підприємницької активності в регіоні	5	5	25
Низький рівень якості послуг	4	4	16
Зниження купівельної спроможності споживачів	4	3	12
Невдалий вихід на ринок	4	4	16
Зростання конкуренції з боку інших консалтингових фірм	3	3	9
Зростання податків і інфляція	4	5	20

Джерело: створено автором.

З таблиці 3.4 видно, що аналіз основних ризиків, пов'язаних з відкриттям та роботою консультаційного пункту, дозволив визначити найбільш серйозні загрози та оцінити їх потенційний вплив на ефективність діяльності компанії. Використання кількісних методів оцінки (за шкалою ймовірності та впливу) дозволило встановити пріоритети управління ризиками.

Найвищий рівень ризику (25 балів) виявлено у випадку фактора зниження підприємницької активності, що цілком логічно в умовах економічної нестабільності та війни. Реакція на цей ризик має бути стратегічною та включати адаптацію бізнес-моделі до змін ринку, розширення послуг в онлайн-сегменті та охоплення різних груп клієнтів.

Високий ризик (16–20 балів) також визначено за такими факторами, як низька якість послуг, що потребує моніторингу персоналу, навчання та розробки системи мотивації. Такий ризик, як невдалий вихід на ринок, вимагає комплексного маркетингу, гнучкого позиціонування та тестування ринку. Зростання податкового навантаження та інфляція вимагає участі фінансового планування, резервування коштів та адаптації цінової політики.

Середньої пріоритетності ризики (9–12 балів) пов'язані з зниженням купівельної спроможності споживачів потребують гнучкої цінової політики та запровадження програм лояльності. Та також зростанням конкуренції вимагають формування репутації, підвищення якості та утримання постійних клієнтів.

Аналіз ризиків при відкритті консалтингового бізнесу свідчить про наявність ряду серйозних проблем, які можуть вплинути як на ефективність бізнесу, так і на його довгострокове виживання. Зокрема, найвищий пріоритет надається економічним, політичним і ринковим ризикам, які мають зовнішній характер і потребують стратегічного планування та коригування.

Однак внутрішніми ризиками можна ефективно керувати шляхом розробки системи контролю, кадрової політики, фінансового планування та цифрової безпеки. Наявність плану реагування та регулярні перевірки ризиків є важливими для довгострокової життєздатності консалтингової фірми.

Розглянемо детальніше стратегію реагування на виклики в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Шляхи мінімізації ризиків проєкту створення

Види ризиків, фактори	Стратегія	Конкретні дії
Скорочення підприємницької активності в регіоні	Диверсифікація та гнучке позиціонування	- Проведення глибокого аналізу ринку перед запуском; - Диверсифікація клієнтської бази (держсектор, МСП, приватні особи); - Розширення послуг онлайн.
Низький рівень якості послуг	Орієнтація на якість	- Підбір висококваліфікованого персоналу; - Система внутрішнього контролю якості; - Навчання та розвиток персоналу; - Впровадження KPI.
Зниження купівельної спроможності споживачів	Цінова адаптація та лояльність	- Створення доступних тарифних планів; - Гнучка система знижок; - Надання базових безкоштовних консультацій; - Перехід на пакети послуг.
Невдалий вихід на ринок	Маркетингове тестування	- Проведення комплексного маркетингового дослідження; - Запуск пробного періоду; - Адаптація пропозицій під цільову аудиторію; - Активна реклама.
Зростання конкуренції з боку інших консалтингових фірм	Диференціація та репутаційне позиціонування	- Формування унікальної ціннісної пропозиції;- Висока якість сервісу; - Лояльність клієнтів; - Програми рекомендацій;- Робота з репутацією.
Зростання податків і інфляція	Фінансова стійкість та податкова оптимізація	- Моніторинг законодавства;- Використання податкових пільг або ФОП-моделі; - Резервування коштів на непередбачені витрати; - Перегляд цінової політики.

Джерело: створено автором.

З таблиці 3.5 видно, що кожна стратегія обрана з урахуванням природи ризику, рівня його керованості та практичної реалізації в умовах українського ринку консалтингових послуг.

Отже, оцінивши ситуацію, можемо стверджувати, що створюване підприємство за умови реалізації необхідних заходів може значно знизити ймовірність реалізації багатьох ризиків, що також є передумовою ефективної і успішної діяльності консалтингового центру.

Висновки до розділу 3.

1. Оцінка прибутковості проєкту створення консалтингового центру свідчить, що упродовж першого року роботи консалтингового центру очікується дохід від надання послуг у розмірі 6 528, 00 тис. грн. У другому році ця сума зросте до 6 854,40 тис. грн. Збільшення доходу зумовлено поступовим укріпленням позицій компанії на ринку та зростанням кількості клієнтів. Грошовий потік консалтингового центру в перший рік його діяльності складе 1 915,73 тис. грн, а у другий 2 011,52 тис. грн.

2. Аналіз життєвого циклу проєкту дозволив структурувати опис ключових фаз від ініціації до масштабування, що є основою стратегічного управління проектом. Визначення ключових внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін забезпечує розуміння зацікавлених сторін та їхнього впливу на реалізацію бізнес-моделі.

3. Розрахунок грошового потоку та ключових показників ефективності підтвердив інвестиційну привабливість проєкту. Зокрема, чиста приведена вартість (NPV) у розмірі 740 314,72 тис. грн та індекс прибутковості 1,91 підтверджують позитивну рентабельність інвестицій. Внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 34,5%, що значно перевищує ставку дисконту (23%), а термін окупності з урахуванням дисконтування становить лише 6 місяців. Це свідчить про швидке повернення вкладеного капіталу та високий рівень ефективності проєкту.

4. Оцінка ризиків виявила потенційні загрози (економічні, ринкові, організаційні), найбільш критичними з яких були спад підприємницької активності, інфляція та ризик низької якості послуг. Запропоновані стратегії управління ризиками (диференціація, фінансова адаптація, маркетингове тестування тощо) дозволяють значно знизити ймовірність негативного впливу на результати діяльності консалтингового центру.

ВИСНОВКИ

1. Актуальність створення консалтингового центру полягає в тому, що попит на консалтингові послуги в Україні демонструє стабільне зростання, перевищуючи поточні пропозиції та відкриваючи вільну нішу на ринку для нових гравців.

2. Підприємницька діяльність в Україні регулюється низкою законодавчих актів. Консалтингова діяльність не підлягає обов'язковому ліцензуванню. Планується, що новостворений консалтинговий центр буде дотримуватися високих стандартів якості та розглядати можливість добровільної сертифікації фахівців. Для успішної діяльності необхідна відповідна інфраструктура, забезпечення безпеки даних та дотримання стандартів якості. Новостворений консалтинговий центр буде мати назву "StratITech". Планується надавати послуги за КВЕД 70.22 «Консультавання з питань комерційної діяльності й керування», з можливістю розширення на консультавання щодо інформатизації (62.02). Ринок консалтингових послуг в Україні характеризується динамічністю та зростаючим попитом на кваліфіковану допомогу.

3. Новостворений консалтинговий центр матиме статус юридичної особи у формі товариства з обмеженою відповідальністю. З огляду на гібридну модель послуг і стратегію розширення бізнесу, ТОВ "StratITech" обиратиме загальну систему оподаткування, що дозволить оптимізувати податкові витрати, отримати відшкодування ПДВ і співпрацювати з великими підприємствами. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності центру, ефективному використанню ресурсів і залученню довгострокових клієнтів.

4. Проведена комплексна аналітична оцінка можливості створення консалтингового центру ТОВ "StratITech" у м. Одесі свідчать про наявність сприятливих умов для виходу на місцевий ринок консалтингових послуг, незважаючи на існуючі економічні та регуляторні виклики.

Проведений аналіз ринку показав, що консалтинг в Одесі є динамічною та розвиваючою сферою, зокрема в сегментах управлінського, фінансового,

маркетингового та IT-консалтингу. Основними споживачами таких послуг є представники малого та середнього бізнесу (МСП), які потребують зовнішньої експертизи для вирішення нагальних бізнес-задач. Висока частка фрілансерів і невеликих агентств на ринку створює конкурентне середовище, залишаючи вільними ніші для мультисервісних компаній, які пропонують комплексні рішення.

5. Проведений SWOT та PEST аналіз ринку дозволив визначити як сильні сторони ТОВ “StratITech” команда з практичним досвідом, гнучкою ціновою політикою, індивідуальним підходом так і слабкі сторони, зокрема обмежений бюджет на старті, низьку впізнаваність бренду та відсутність масштабних кейсів у портфоліо. Зовнішні можливості (зростаючий попит на цифрові послуги, розвиток МСП, грантова підтримка) значною мірою компенсують потенційні загрози (економічна нестабільність, конкуренція, регуляторні зміни).

Дослідження конкурентного середовища показало, що на одеському ринку працюють як локальні компанії (Torch 42, Impera Law & Consult, OdesSeo), так і представництва національних і міжнародних гравців (KPMG, Baker Tilly, Netpeak). Незважаючи на те, що ці конкуренти мають сильні позиції, досвід і визнані бренди, ТОВ “StratITech” має можливість запропонувати унікальну цінність – комплексне обслуговування для МСП в режимі «єдиного вікна».

6. Розрахунок стартових витрат показав, що для відкриття підприємства необхідно 817 190 грн, з яких 400 тис. грн планується залучити у вигляді банківського кредиту під 5% річних.

Витрати включають придбання меблів та обладнання, ремонт, маркетинг і рекламу, страхування, а також створення комфортних умов офісу. Фінансова модель побудована на реалістичних прогнозах з урахуванням ануїтетних платежів за кредитом, витрат на просування та операційних витрат.

Розраховані поточні витрати за рік функціонування консалтингового центру складають 344 445,02 грн в місяць та відповідно 4 133 340,24 грн на рік. Найбільшу частку поточних витрат займають витрати на заробітну плату.

7. Оцінка прибутковості проєкту створення консалтингового центру свідчить, що упродовж першого року роботи консалтингового центру очікується дохід від надання послуг у розмірі 6 528, 00 тис. грн. У другому році ця сума зросте до 6 854,40 тис. грн. Збільшення доходу зумовлено поступовим укріпленням позицій компанії на ринку та зростанням кількості клієнтів. Грошовий потік консалтингового центру в перший рік його діяльності складе 1 915,73 тис. грн, а у другий 2 011,52 тис. грн.

8. Аналіз життєвого циклу проєкту дозволив структурувати опис ключових фаз від ініціації до масштабування, що є основою стратегічного управління проектом. Визначення ключових внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін забезпечує розуміння зацікавлених сторін та їхнього впливу на реалізацію бізнес-моделі.

9. Розрахунок грошового потоку та ключових показників ефективності підтвердив інвестиційну привабливість проєкту. Зокрема, чиста приведена вартість (NPV) у розмірі 740 314,72 тис. грн та індекс прибутковості 1,91 підтверджують позитивну рентабельність інвестицій. Внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 34,5%, що значно перевищує ставку дисконту (23%), а термін окупності з урахуванням дисконтування становить лише 6 місяців. Це свідчить про швидке повернення вкладеного капіталу та високий рівень ефективності проєкту.

10. Оцінка ризиків виявила потенційні загрози (економічні, ринкові, організаційні), найбільш критичними з яких були спад підприємницької активності, інфляція та ризик низької якості послуг. Запропоновані стратегії управління ризиками (диференціація, фінансова адаптація, маркетингове тестування тощо) дозволяють значно знизити ймовірність негативного впливу на результати діяльності консалтингового центру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення: 01.04. 2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 11.04.2025).
2. Чукурна О., Бази́ка С., Федчик О. Вплив цифрової трансформації бізнесу на консалтингові послуги в сфері інформаційно-комунікативних технологій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-112> (дата звернення: 11.04.2025).
3. Бурбело Н. Сучасні тенденції розвитку ринку консалтингових послуг: динаміка ринку Європи та України. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 3(50). С. 324–325. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-48> (дата звернення: 12.04.2025).
4. Top Consulting Firms in Ukraine. Clutch : веб-сайт. URL: <https://clutch.co/ua/consulting#leaders-matrix> (дата звернення: 13.04.2025).
5. Филюк Г., Притула І. Розвиток ринку консалтингових послуг в Україні в умовах сучасних викликів. *Economic Analysis*. 2024. № 34(1). С. 117-122. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.115> (дата звернення: 13.04.2025).
6. Market K. Y. Аналіз консалтингового ринку в Україні. Блог YC.Market. Дослідження ринку та конкурентний аналіз : веб-сайт. URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-konsaltinghovogho-rinku-v-ukrayini/> (дата звернення: 13.04.2025).
7. IT компанії у Одесі. Live Business UA&EE: веб-сайт. URL: https://www.livebusiness.com.ua/ua/service/odessa/it_kompanii/ (дата звернення: 13.04.2025).
8. Odesa IT Family. LinkedIn: веб-сайт. URL: <https://ua.linkedin.com/company/odesa-it-family> (дата звернення: 14.04.2025).

9. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. № 457. Дата оновлення 04.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення: 14.04.2025).

10. Президент України підписав Закон України про особливості регулювання підприємницької діяльності окремих видів юридичних осіб та їх об'єднань у перехідний період. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/259311.html (дата звернення: 14.04.2025).

11. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII. Дата оновлення : станом на 5 січ. 2025 р. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 14.04.2025).

12. Методи управління якістю консалтингових послуг. TestMatick : веб-сайт. URL: <https://testmatick.com/uk/metody-upravlinnya-yakistyu-konsaltyng/> (дата звернення: 14.04.2025).

13. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. Дата оновлення 03.09.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 14.04.2025).

14. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 1 - 212-24) : Кодекс України від 07.12.1984 № 8073-X : Дата оновлення 01.02.2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text> (дата звернення: 14.04.2025).

15. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04.2001 № 2341-III : Дата оновлення 01.02. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 14.04.2025).

16. Найбільш поширені організаційно-правові форми ведення бізнесу. Головна – Юридична Сотня: веб-сайт. URL: legal100.org.ua/wp-content/uploads/2020/06/formi_biznesu_PRINT_A5.pdf#page=4.07 (дата звернення: 14.04.2025).
17. Основи бізнесу: навч. посіб/за ред. Н.В. Сментини. Харків: «Діса плюс», 2021. 424 с.
18. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб/ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.
19. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 06.02.2018 р. № 2275-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення: 14.03.2025).
20. Доброва Н.В., Райлян О.Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи: журнал*. 2021. № 10 (16) 447 с. С.303 – 315. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10\(16\)](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-10(16)) (дата звернення: 14.03.2025).
21. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / за ред. Н. В. Сментини. Харків: «Діса плюс» 2020. 368 с.
22. Аналіз консалтингового ринку в Україні. YC.Market: веб-сайт. URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-konsaltinghovogho-rinku-v-ukrayini/> (дата звернення: 14.03.2025).
23. Филюк Г., Притула І. Розвиток ринку консалтингових послуг в Україні в умовах сучасних викликів. Економічний аналіз: веб-сайт. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.115> (дата звернення: 14.04.2025).
24. Храпкіна В. В., Яцина Ю.О. Формування ринку консалтингових послуг в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2022. № 3 (126). С. 45-52. URL: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2022-3-7> (дата звернення: 14.04.2025).

25. Кузнецова І. О. Технологія діагностування управлінських консалтингових проектів. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 2018. № 1(253). С. 97–108. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2018/253/pdf/97-108.pdf> (дата звернення: 14.03.2025).

26. Карпенко О. О. Перспективи розвитку консалтингової діяльності в Україні на основі європейського досвіду. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27(1). С.54-58. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=bses_2018_27\(1\)_13](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=bses_2018_27(1)_13) (дата звернення: 14.03.2025).

27. Косіченко І. І. Стратегічні пріоритети розбудови вітчизняного консалтингового бізнесу в сучасних умовах. *Бізнес Інформ*, 2020. № 9. С. 270–276. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2020_9_31 (дата звернення: 14.03.2025).

28. Бурбело, Н. Сучасні тенденції розвитку ринку консалтингових послуг: динаміка ринку Європи та України. *Сталий розвиток економіки* 2024. №3(50), С. 323-327. URL: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-48> (дата звернення: 10.03.2025).

29. Рейкін В. С., Макара О. В. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 97-101. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ifrctr_2020_39_18 (дата звернення: 14.04.2025).

30. В Одеській області за 2023 рік зареєстрували понад 20 тисяч нових ФОПів. Суспільне Одеса: веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/odesa/659528-v->

odeskij-oblasti-za-2023-rik-zareestruvali-ponad-20-tisac-novih-fopiv/ (дата звернення: 14.04.2025).

31. Здається комерційне приміщення на вул. Троїцька 45, площа 150 кв.м. DIM.RIA : веб-сайт. URL: <https://dom.ria.com/uk/realty-dolgosrochnaya-arenda-kommercheskoe-pomeschenie-odessa-primorskiy-troitskaya-ulitsa-33016816.html> (дата звернення: 14.04.2025).

32. Проблеми розвитку малого та середнього бізнесу в Україні як основного джерела робочих місць. Національний інститут стратегічних досліджень: веб-сайт. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/problemy-rozvytku-maloho-ta-serednoho-biznesu-v-ukrayini-yak> (дата звернення: 13.04.2025).

33. Як створити замовлення в категорії «Консалтингові послуги». Kabanchik.ua: веб-сайт. URL: <https://kabanchik.ua/ua/odesa/category/konsaltnhovi-posluhy> (дата звернення: 13.04.2025).

34. Locator – онлайн мапа послуг Одеси, організації, послуги, ціни. Locator. Пошук організацій і послуг поряд: веб-сайт. URL: <https://od.locator.ua/>

35. YouControl.Market. веб-сайт. URL: <https://catalog.youcontrol.market/inshi-posluhy/70.22> (дата звернення: 10.04.2025).

36. Управління ІТ-проєктами: Загальні питання теорії управління ІТ-проєктами (конспект лекцій) Навчальний посібник. навч. посіб. для студ. спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» / уклад.: Л. М. Добровська, О. С. Коваленко, О. А. Аверьянова; КПП ім. Ігоря Сікорського. 2022. 284 с

37. Проектний аналіз: навчальний посібник /за редакцією проф. Карпова В.А. К. 2019. 320 с.

ДОДАТОК

План надання послуг консалтингового центру

Назва послуги	Ціна одиниці послуги (грн)	Обсяг продажу в місяць		Обсяг продажу в рік	
		Одиниць	Грн.	Одиниць	Грн.
1. Розробка бізнес-плану	30 000	2	60 000	24	720 000
2. Розробка стратегії підприємства	40000	2	80 000	24	960 000
3. Маркетингове дослідження	20 000	2	400 000	36	720 000
4. Консультація по формуванню іміджу підприємства	5 000	5	25 000	120	300 000
5. Ціноутворення	15 000	2	30 000	60	900 000
6. Аналіз ефективності реклами	12 000	2	24 000	48	576 000
7. Розробка статутних документів	7 000	3	21 000	48	336 000
8. Розробка системи внутрішніх організаційно розпорядчих документів і посадових інструкцій	20 000	3	60 000	36	720 000
9. Підбір кадрів	10 000	3	30 000	60	600 000
10. Оцінка системи управління та її вдосконалення	30 000	2	60 000	12	720 000
11. Ведення бухгалтерського обліку і звітності підприємства	15 000	2	5 4 000	36	540 000
12. Розробка бюджету підприємства	12 000	2	24 000	48	288 000
13. Аналіз фінансової діяльності підприємства	15 000	2	30 000	36	540 000
14. Інвестиційне планування	30 000	1	30 000	12	360 000
Всього		544 000		6 528 000	

Джерело: створено автором

Діаграма Ганта: Життєвий цикл консалтингового центру (2026-2035)

