

7. Roos J. Intellectual Capital: Navigating new business landscape [Text] / J. Roos, G. Roos, N.C. Dragonetti, L. Edvinsson. – Houndmills: Macmillan Press, 1997. – 143 p.
8. Stewart T. Intellectual Capital – The New Wealth of Organizations / T. Stewart. – London: Nocholas Brealey Publishing House, 1999. – 280 p.
9. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. – К.: Ін-т економ.прогнозув., Фенікс, 2003. – 1008 с.
10. Зінов В. Проблеми комерціалізації результатів досліджень і розробок [Текст] / В.Зінов // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 3. – 135 с.
11. Ситник В.П. Методичні рекомендації щодо трансформації наукової продукції в об'єкти права інтелектуальної власності та їх капіталізація [Текст] / В.П. Ситник, М.Ф. Бойко, А.Ф. Бойчук – К, 2006. – 68 с.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, людський капітал, структурний капітал, прямий метод оцінки, експертний метод оцінки, комерціалізація.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, структурный капитал, прямой метод оценки, экспертный метод оценки, коммерциализация.

Keywords: intellectual capital, human capital, structural capital, the direct method of evaluation, the expert evaluation method, commercialization.

УДК 659.113.26:005.942(477)

ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ

Гриценко О. Г. – к.е.н., професор, кафедра економічної теорії та конкурентної політики, Київський національний торговельно-економічний університет

Рак Ю. А., асистент, кафедра економічної теорії та конкурентної політики, Київський національний торговельно-економічний університет

Гриценко О. Г., Рак Ю. А., Оцінка привабливості ринку консалтингових послуг України на основі факторного аналізу.

Статтю присвячено побудові комплексного показника оцінки привабливості ринків та його застосування для ринку консалтингових послуг України. Привабливість ринку формується під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників таких, як темпи росту обсягів ринку, бар'єри входу на ринок, правові обмеження, рівень конкуренції тощо. З метою врахування впливу чинників автори пропонують використовувати загальний коефіцієнт привабливості ринку, що змінюється від 0 до 1. Авторами було проаналізовано вплив кожного з обраних факторів для ринку консалтингових послуг. На ринку виявлено позитивний приріст обсягів реалізації консалтингових послуг, крім того за оцінкою експертів спостерігається зростання кількості консалтингових фірм. Тобто, відбувається розширення ринку. Для оцінки впливу конкуренції на ринкову привабливість, автори пропонують розроблений ними агрегований індекс конкуренції. Чим вищим є значення індексу, тим вищим є рівень конкуренції на ринку. Для визначення ступеню та характеру сегментованості досліджуваного ринку, в статті застосовано тривимірну матрицю Абеля. Для ринку консалтингових послуг було виокремлено групи споживачів, послуг та потреб. Сегментування ґрунтується на основі таких критеріїв: вимірюваність, стабільність, систематизованість, цілеспрямованість. На основі проведених досліджень в статті наводяться межі зміни розробленого показника привабливості, а також розраховано зазначений показник для ринку консалтингових послуг України. Таким чином, в статті проаналізовано причинно-наслідкові зв'язки між ринковими процесами та поведінкою учасників ринку, виявлено специфічні для досліджуваного ринку тенденції розвитку, на основі чого проведено авторську оцінку привабливості ринку консалтингових послуг України.

Гриценко А.Г. Рак Ю.А., Оценка привлекательности рынка консалтинговых услуг Украины на основе факторного анализа.

Статья посвящена построению комплексного показателя оценки привлекательности рынков и его применению для рынка консалтинговых услуг Украины. Привлекательность рынка формируется под влиянием внешних и внутренних факторов таких, как темпы роста объемов рынка, барьеры входа на рынок, правовые ограничения, уровень конкуренции и т.д. С целью учета влияния факторов авторы предлагают использовать общий коэффициент привлекательности рынка, изменяется от 0 до 1. Авторами было проанализировано влияние каждого из выбранных факторов для рынка консалтинговых услуг. На рынке выявлено положительный прирост объемов реализации консалтинговых услуг, кроме того по оценке экспертов наблюдается рост количества консалтинговых фирм. То есть, происходит расширение рынка. Для оценки влияния конкуренции

на риночну привлекательність, автори пропонують розроблений ними агрегований індекс конкуренції. Чем вище значення індекса, тем вище рівень конкуренції на ринку. Для визначення ступеня і характеру сегментації досліджуваного ринку, в статті застосована тривимірна матриця Абеля. Для ринку консалтингових послуг були виділені групи споживачів, послуг і потребностей. Сегментація ґрунтується на наступних критеріях: вимірність, стабільність, систематизованість, цілеспрямованість. На основі проведених досліджень в статті приводяться межі зміни розробленого показника привлекательності, а також розрахований даний показник для ринку консалтингових послуг України. Таким чином, в статті проаналізовані причинно-наслідкові зв'язки між ринковими процесами і поведінкою учасників ринку, виявлені специфічні для досліджуваного ринку тенденції розвитку, на основі чого проведена авторська оцінка привлекательності ринку консалтингових послуг України.

Gritsenko O.G., Rak J. Assessing the attractiveness of the consulting services market of Ukraine based on factor analysis.

The article is devoted to the construction of the complex index of assessing the attractiveness of the markets and its application for the consulting services market of Ukraine. Attractiveness of the market is influenced by external and internal factors such as the growth of the market, market entry barriers, legal restrictions, the level of competition, etc. To evaluate the influence of factors the authors propose to use coefficient of the market attractiveness which varies from 0 to 1. Also authors analyzed the effect of each of the selected factors for the consulting services market. To assess the effect of competition in the market appeal, the authors propose to develop a composite index of competition. To determine the extent and nature of market segmentation, we use a three-dimensional Abel matrix. For the consulting services market were identified consumer groups, services and needs. Segmentation is based on the following criteria: measurability, stability, systematization, focus. Based on the research paper, in article were present the range of variation of the developed index of attractiveness, as well as the figure calculated for the consulting services market in Ukraine. Thus, in the article were analyzed the cause-effect relationships between market processes and the behavior of market participants, identified specific market trends, based on which authors assessed the attractiveness of the consulting services market.

Постановка проблеми. Привабливість ринку з погляду потенційних його учасників-виробників визначається сукупністю чинників, що створюють сприятливі умови для ведення бізнесу, тобто одержання бажаного рівня прибутку від певного виду діяльності. Привабливість ринку формується під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців не існує єдиної думки щодо методів визначення привабливості ринку. Процес пошуку шляхів виміру та визначення привабливості ринку знайшов своє відображення в працях всесвітньо відомих вчених: М. Портера, Ф. Котлера, П. Дженстера, Д. Хассі, Р. Хітченса, С. Робінсон [1-4] та ін. серед науковців пострадянського простору динамічний розвитку ринку консалтингових послуг розглядали в своїх працях В. Алешникова, В. Верба, О. Єлмашов [5-7] та інші.

Невирішені частини загальної проблеми. Поглиблених досліджень потребують питання, пов'язані з виявленням чинників розвитку ринкової інфраструктури, оптимізація оцінки ринкового середовища тощо.

Мета статті. Побудова комплексного показника оцінки привабливості ринків та його застосування для ринку консалтингових послуг України.

Результати дослідження. В процесі оцінки привабливості ринку вагому роль відіграє факторний аналіз, в основі якого лежить ретельний розгляд наявних даних, що має на меті одержання певних висновків про загальну економічну ситуацію. Серед факторів привабливості можна визначити такі, як темпи росту обсягів ринку, бар'єри входу на ринок, правові обмеження тощо[8;с.7]. Проаналізуємо вплив деяких факторів на привабливість ринку консалтингових послуг. Так, зростання ємності ринку є сприятливим чинником привабливості ринку, оскільки супроводжується його загальним розвитком, зростанням прибутковості економічної діяльності тощо, позитивний приріст ціни сприяє підвищенню привабливості ринку для виробників, оскільки свідчить про наявність попиту на продукцію та можливість приросту прибутку. Негативний вплив в даному випадку несе конкуренція, адже, чим більш високою є інтенсивність конкуренції на ринку, тим менш привабливим є ринок. Висота бар'єрів вступу на ринок чи виходу з нього визначає умови економічної діяльності суб'єктів господарювання. Чим нижчі ринкові бар'єри, тим привабливішим є ринок. Відсутність жорстких обмежень з боку держави розширює поле діяльності учасників ринку, а отже робить ринок потенційно привабливішим. Сегментованість ринку підвищує його привабливість для потенційних учасників, оскільки в межах кожного окремого сегменту задовольняється попит різних груп споживачів. Динаміка кількості компаній на ринку свідчить про те, наскільки він привабливий для потенційних учасників. На наш погляд, комплексний показник дозволить врахувати сукупний вплив всіх обраних факторів:

$$C_{MA_g} = \frac{\sum_{i=1}^n F_{MA_i}}{n}, \text{ при } 0 \leq F_{MA_i} \leq 1, \text{ де}$$

де, C_{MA_g} – загальний коефіцієнт привабливості ринку;

F_{MA_i} – значення і-го фактору щодо привабливості ринку, при $0 \leq i \leq n$;

n – кількість факторів в дослідженні.

Експертним шляхом, проаналізувавши динаміку обсягів ринку та ціни консалтингових послуг, ми визначили приблизні межі зміни привабливості ринку в залежності від темпів росту ринку та ціни консалтингових послуг, темпів приросту учасників ринку. Протягом останнього десятиліття в Україні відбувається значний ріст обсягу консалтингових послуг, що демонструє наступна таблиця 1:

Таблиця 1 - Динаміка обсягів реалізації та кількості операторів на ринку консалтингових послуг України

Роки	Обсяги реалізації, тис.грн	Приріст, %	Загальна кіл-ть компаній	Приріст, %
2000	543921,11	-	912	
2001	599451,28	10	1140	25
2002	653884,61	9	1374	21
2003	725992,12	11	1622	18
2004	832945,16	15	1834	13
2005	1047825,43	26	2115	15
2006	1884519,15	80	2315	9
2007	3791341,90	101	2516	9
2008	7997722,20	111	2617	4
2009	8442513,80	6	2574	-2
2010	10131016,52	20	2445	-5
2011	12496552,34	23	2476	1,27

* Розраховано авторами на основі зведення даних [9],[15],[16]

Як видно з табл. 1, починаючи з 2000 року спостерігалось неухильне зростання обсягів реалізації консалтингових послуг, яке досягло свого піку в 2008, коли приріст порівняно з попереднім 2007 роком склав 111%. У 2009 році загальний приріст обсягів реалізації послуг консалтингових компаній України склав лише 6%, що було викликано негативним впливом світової економічної кризи. За даними дослідницької компанії «Міжнародна маркетингова група Україна» приріст обсягів реалізації послуг консалтингових компаній України на кінець 2010 року склав порядку 20%, що свідчить про поступову стабілізацію ситуації на ринку консалтингових послуг. Надання консалтингових послуг в Україні у 2011 році здійснюють за експертними оцінками [9] менше 4 тис. компаній (без урахування фізичних осіб, що надають послуги консультативного характеру) і ця цифра за прогнозами експертів зростатиме і в майбутні роки.

Вплив конкуренції можемо оцінити за допомогою запропонованого і розрахованого нами комплексного індексу АСІ [8;с.10]:

$$ACI = \frac{1}{\sqrt[n]{\prod_{i=1}^n k_{c_i}}}, \text{ при } 0 \leq k_{c_i} \leq 1, \text{ де}$$

ACI – (aggregate competition index) комплексний індекс конкуренції, $0 \leq ACI \leq \infty$;

n – кількість показників оцінки рівня розвитку конкуренції;

k_{c_i} – нормалізоване значення i -го показника, взяте за модулем

Чим вищим є значення індексу, тим вищим є рівень конкуренції на ринку. На основі експертної оцінки ми визначили приблизні межі зміни комплексного індексу конкуренції:

$0 \leq ACI \leq 1,25$	<i>неконкурентний ринок</i>	<i>(монополія, олігополія)</i>
$1,25 < ACI \leq 1,6$	<i>ринок з низьким рівнем конкуренції</i>	<i>(олігополія)</i>
$1,6 < ACI \leq 2,5$	<i>конкурентний ринок з ознаками монопольної влади</i>	<i>(монополістична конкуренція)</i>
$2,5 < ACI \leq 100$	<i>помірно конкурентний ринок</i>	<i>(монополістична конкуренція)</i>
$ACI > 100$	<i>конкурентний ринок</i>	<i>(конкуренція)</i>

Для нашого дослідження ми обрали наступні показники: індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) [10], індекс Лернера (L) [11], індекс Джині (G) [12], показник розкиду ринкових часток, індекс обсягів продажу (IQ), індекс Розенблюта (IR) [10]. На основі наведених показників, розрахуємо комплексний показник конкуренції. Результати розрахунків наведено в табл. 2. При розрахунку комплексного показника конкуренції, нами було враховано той факт, що всі досліджувані показники є дестимуляторами конкуренції. З метою спрощення розрахунків коефіцієнту привабливості ринку, візьмемо обернену до АСІ величину, що змінюватиметься від 0 до 1. Бар'єри входу та правові обмеження на ринок ми оцінюємо на основі системи балів від 0 до 1, де 0 – низький рівень; 0,5 – середній рівень; 1 – високий рівень. На сьогодні в Україні не діють спеціальні нормативно-правові акти, які регулювали б виключно сферу надання консалтингових послуг; ринкові бар'єри практично

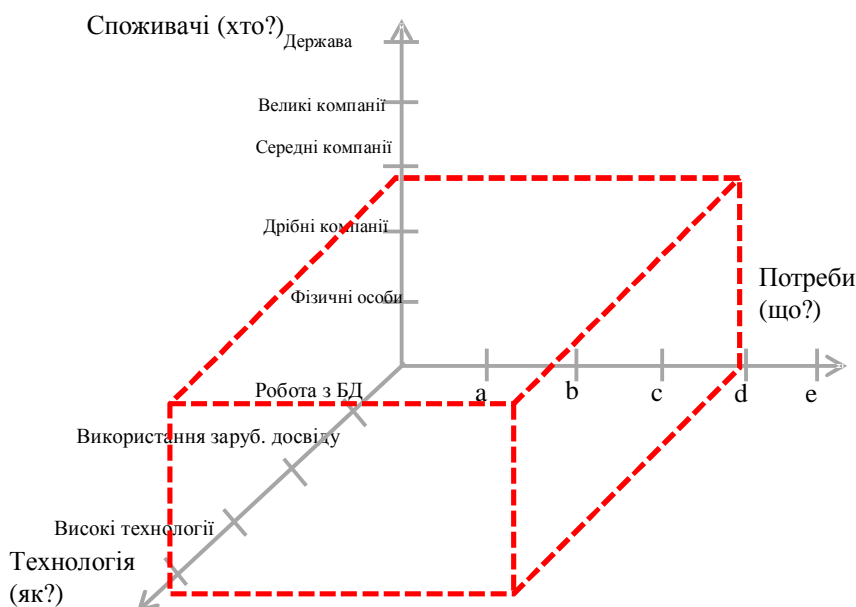
відсутні. Ступінь сегментованості ринку залежить від кількості сегментів, їх однорідності, географічного розташування, гостроти конкурентної боротьби в межах того чи іншого сегменту тощо. До критеріїв сегментування ринку, на наш погляд можна віднести: вимірюваність, стабільність, систематизованість, цілеспрямованість. Проаналізуємо досліджуваний ринок в розрізі його сегментування. З цією метою застосуємо тривимірну матрицю Абеля [13]. Д. Абель запропонував визначати ринок в трьох вимірах: споживачі; потреби, що задовольняє продукція ринку; технології виробництва продукту. На ринку консалтингових послуг України можна виокремити наступні групи споживачів: фізичні особи, дрібні фірми, середні фірми, великі фірми та держава в особі державних установ та організацій. Впродовж 2007-2008 рр. переважну більшість серед клієнтів консалтингових компаній складала середні підприємства, тоді як на початку 2009 кількість великих підприємств-клієнтів перевищила кількість середніх.

Таблиця 2 - Розрахунок комплексного індексу конкуренції (ACI)

Роки	Нормалізовані елементи						Комплексний індекс конкуренції
	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Індекс Розенблота	Індекс обсягів продажу	Індекс Лернера	Показник дисперсії	Індекс Джині	
	ННІ	IR	IQ	L	σ	G	ACI
1999	0,36	0,58	0,01	0,10	0,26	0,03	5,99
2000	0,11	0,47	0,85	0,16	0,29	0,30	4,22
2001	0,07	0,27	0,00	0,12	0,15	0,30	6,16
2002	0,08	0,12	0,02	0,03	0,11	0,30	10,37
2003	0,18	0,00	0,12	0,10	0,07	0,30	14,16
2004	0,26	0,07	0,12	0,01	0,04	0,30	12,92
2005	0,19	0,14	0,17	0,80	0,04	0,30	5,30
2006	0,34	0,18	0,12	0,12	0,04	0,30	6,54
2007	0,24	0,21	0,16	0,30	0,10	0,29	4,74
2008	0,29	0,23	0,21	0,21	0,08	0,30	4,99
2009	0,21	0,22	0,16	0,11	0,22	0,29	4,99
2010	0,49	0,20	0,11	0,16	0,24	0,29	3,94
2011	0,32	0,20	0,10	0,18	0,22	0,29	4,26

Побудовано авторами на основі даних Державного комітету статистики та сайту www.marketing.vc.

Це пояснюється, в першу чергу, тим, що внаслідок кризових явищ в світовій економіці середні компанії більш помітно скоротили витрати на консалтинг в порівнянні з великими або і зовсім відмовилися від послуг консалтингових компаній.



* Побудовано авторами на основі проведених досліджень

Рис. 1. Тривимірна матриця Абеля для ринку консалтингових послуг України

На основі наявного асортименту консалтингових послуг на ринку, ми визначили наступні групи потреб, що задовольняє консалтинг, як вид діяльності:

- a - маркетингові дослідження (визначення положення компанії-клієнта на ринку);
- b - підвищення ефективності роботи структурних підрозділів компанії - клієнта (HR-консалтинг, фінансовий консалтинг);
- c - оптимізація бізнес – процесів (підвищення конкурентоспроможності, налагодження виробництва);
- d - проведення докорінних змін (реструктуризація бізнесу);
- e - спільні проекти (коли клієнт виступає партнером: соціальні проекти, державні програми тощо).

На основі цих даних побудуємо матрицю Абеля для ринку консалтингових послуг України. Аналізуючи рис. 1, слід зазначити, що оскільки «сировиною» в процесі виробництва консалтингових послуг фактично виступають знання, то технологією можна вважати способи застосування цих знань на практиці. Елементарним рівнем продукування консалтингової послуги, на нашу думку, є робота з базами даних (БД). Це збір та обробка статистичних даних з метою виявлення тенденцій розвитку досліджуваних об'єктів (наприклад, аналіз ринку, на якому працює фірма-клієнт). Робота консультанта полягає в тому, щоб проаналізувати певну ситуацію та зробити відповідні висновки. Для цього рівня достатньою кваліфікацією є вища економічна освіта. Якщо ж перед консультантом поставлена задача не просто провести аналіз, а й надати рекомендації щодо вирішення певної проблеми, то він має спиратися на попередній досвід у вирішенні аналогічних питань. Але кожна окремо взята управлінська проблема має свої особливості, чим вона складніша, тим меншою є імовірність існування вже готового її вирішення, тому більшість консалтингових проектів потребують індивідуального підходу, інтелектуальної творчості на основі набутого досвіду та проведеного аналізу [14]. Це підштовхує нас до висновку, що існує ще одна технологія виробництва консалтингових послуг – власний авторський доробок консультанта. З розвитком інформаційних технологій в консалтингу все частіше використовуються досягнення науки та техніки, особливо, якщо йдеться про IT-консалтинг, тому, ми вважаємо за доцільне виокремити цю технологію виробництва консалтингових послуг. Таким чином, ми виділили наступні технології консалтингу: робота з базами даних (БД) та їх аналіз; використання зарубіжного та вітчизняного досвіду; власні доробки, індивідуальний підхід; використання високих технологій. Рис., побудований на основі зведення результатів наших попередніх досліджень, відображає сферу діяльності для переважної більшості консалтингових компаній. Оскільки фірми, що вже певний час діють на ринку і мають значну частку ринку (в межах досліджуваного ринку близько 1 % і більше), прагнучи максимізувати прибуток, зосереджуються на великих компаніях-клієнтах, це дозволяє більш дрібним консалтинговим фірмам задовольняти потреби всіх інших груп споживачів. Сегментація ринку відповідно до груп споживачів, на нашу думку, з одного боку, дозволяє активізувати свою діяльність дрібним фірмам і таким чином сприяє розвитку конкуренції на ринку; але, з іншого боку, наявність значної кількості ринкових сегментів створює сприятливі умови для виникнення змови учасників ринку в межах кожного окремого сегменту. Подібна ситуація створює певну, поки що незначну, загрозу для подальшого розвитку конкуренції на ринку консалтингових послуг України.

По суті між сегментуванням ринку та диференціацією продукції існує прямо пропорційна залежність. В нашому дослідженні ми умовно розподілили сегментованість ринку на 5 рівнів: 0 – ринок однорідний, 0,3 – існує незначна сегментація ринку, 0,6 – середня сегментованість ринку, 0,8- ринок сегментований, сегментація багаторівнева, при цьому сегменти можуть в тій чи іншій мірі бути однорідними, 1- для ринку характерна чітка багаторівнева сегментація, сегменти абсолютно відмінні, неоднорідні; перехід споживача з одного сегменту до іншого не є типовим явищем. Табл. 3 ілюструє вплив зміни кожного чинника на привабливість ринку.

Таблиця 3 - Значення коефіцієнта привабливості ринку консалтингових послуг України

C_{MA_g}	0		1,0	
	Значення фактору	F_{MA_i}	Значення фактору	F_{MA_i}
Темпи росту ринку	0-2%	0-1,02	> 20%	1,2 +
Темпи росту цін на продукцію	0-1%	0-1,01	> 20%	1,2 +
Стан конкуренції	0-0,2		0,8-1	
Бар'єри входу на ринок (бали)	1		0	
Правові обмеження (бали)	1		0	
Сегментування ринку (кількість сегментів)	0		1	
Темпи приросту кількості учасників ринку	до 1%	1,01	> 20%	1,2 +

*Розроблено авторами на основі проведеного аналізу.

Запропонований нами комплексний показник привабливості ринку C_{MA_g} змінюється від 0 до 1 і має наступні межі:

$0 \leq C_{MA_g} \leq 0,1$ – *непривабливий ринок*;

$0,2 \leq C_{MA_g} < 0,3$ – *ринок з низькою привабливістю*;

$0,3 \leq C_{MA_g} < 0,4$ – середня привабливість ринку;

$0,4 \leq C_{MA_g} < 0,5$ – привабливий ринок;

$0,5 \leq C_{MA_g} < 1$ – високий ступінь привабливості ринку.

Таблиця 4 - Розрахунок коефіцієнта привабливості ринку консалтингових послуг України

Фактори	F_{MA_i}	C_{MA_g}
Темпи росту ринку	1,2	0,5
Темпи росту цін на продукцію	0,4	
Стан конкуренції	0,2	
Бар'єри входу на ринок (бали)	0	
Правові обмеження (бали)	0	
Сегментування ринку (кількість сегментів)	0,8	
Темпи приросту кількості учасників ринку	1,01	

*Розраховано авторами на основі попередніх досліджень

Висновки. Отже, провівши низку досліджень, ми: 1) проаналізували вплив факторів на привабливість ринку консалтингових послуг України, 2) визначили його ринкову структуру, 3) встановили причинно-наслідкові зв'язки між ринковими процесами та поведінкою учасників ринку, 4) проаналізували специфічні для досліджуваного ринку тенденції розвитку, 5) провели оцінку привабливості досліджуваного ринку консалтингових послуг України на основі авторського показника: враховуючи попередні дослідження, ми можемо надати експертну оцінку – привабливий ринок.

Список використаних джерел

1. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005, - 608с.
2. Котлер Ф. Маркетинг и Мнееджмент. – Спб.: Питер, 2001, -752с.
3. П. Дженстер, Д. Хасси Анализ слабих и сильных сторон компании. Определение стратегических возможностей. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004, - 368с.
4. Hichens R.E., Robinson S.J.Q, and Wade D.P. The directional policy matrix: tool for strategic planning //Long Range Planning, Vol. 11. – June 1978. – pp. 8-15. [Електронний ресурс] / Hichens R - JSTOR. - Режим доступу до журн.: <http://www.jstor.org>.
5. Алешникова В.И. Использование услуг профессиональных консультантов. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 185с.
6. Верба В., Решетняк Т. Організація консалтингової діяльності. – К.: КНЕУ, 2000. – 244 с.
7. Елмашев О.К. Управленческое консультирование. Вопросы теории и практики. – Ижевск: Удмуртия, 1989. - 112с.
8. Гриценко О.Г. Оцінка рівня розвитку ринкової конкуренції /О.Г. Гриценко, Ю.А.Рак // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. -- №4. – 2011. – С.6-10
9. Результати дослідження «Аналіз ринку консалтингових послуг України». Проведеного дослідницькою компанією «Міжнародна маркетингова група Україна» . - Режим доступу www.marketing-ua.com
10. Bikker J., Naaf. K Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Revue of the Literature // Economic and Financial Modeling. – Summer, 2002. – p.46. [Електронний ресурс] / Bikker J. - JSTOR. - Режим доступу до журн.: <http://www.jstor.org>.
11. Lerner, A. P. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // The Review of Economic Studies T. 1 (3) – 1934 . – p.157–175. [Електронний ресурс] / Lerner, A. P. - Режим доступу до журн.:www.e-book.com
12. Gini C. Measurement of inequality of incomes //Economic Journal 31. – 1921. – p. 124-126 [Електронний ресурс] / Gini C. - JSTOR. - Режим доступу до журн.: [http://\(www.jstor.org/pss/2223319\)](http://(www.jstor.org/pss/2223319)
13. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент – Москва, 1999. - 228с.
14. Рак Ю.А. Дослідження процесів ціноутворення на ринку консалтингових послуг України за допомогою методів економетричного моделювання / Ю.А. Рак // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. -- №3. – 2012. – С.33-46
15. Огляди ринку консалтингових послуг України - Режим доступу www.marketing.vc
16. Офіційні дані Державної служби статистики України.

Ключові слова: ринкові тенденції, розвиток, комплексний підхід, економічний аналіз, консалтинг.

Ключевые слова: рыночные тенденции, развитие, комплексный подход, экономический анализ, консалтинг.

Keywords: market trends, development, complex approach, economic analysis, consulting.