

## Тема 6. Рекламні, фінансові та консалтингові підприємства в інфраструктурі аграрного ринку

1. Рекламні посередники в інфраструктурі аграрного ринку.
2. Фінансові посередники в інфраструктурі аграрного ринку.
3. Консалтинг: поняття, види, переваги. Інжинірингові та реінжинірингові послуги.

### 1. Рекламні посередники в інфраструктурі аграрного ринку

**Реклама** – це інформація про юридичних та фізичних осіб, товари, послуги, ідеї тощо, яка публічно поширюється у будь-якій формі.

#### Функції реклами:

- ознайомлення;
- нагадування;
- переконання;
- роз'яснювання;
- стимулювання.

Виробництвом та поширенням реклами як видом підприємницької діяльності займаються спеціалізовані ринкові інститути – **рекламні агентства**. Рекламні агентства різняться:

- 1) за обсягом наданих послуг:
  - агентства повного обслуговування, які беруть на себе всі послуги, зокрема й вивчення ринку;
  - агентства з обмеженим комплексом послуг;
- 2) за видами наданих послуг:
  - агентства універсальні
  - агентства спеціалізовані – за певними товарами або рекламними засобами;
- 3) за сферою діяльності:
  - агентства, які працюють на зовнішньому ринку;
  - агентства, які працюють на внутрішньому ринку;
  - агентства, які працюють на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Відносини клієнта та рекламного агентства регулюються спеціальною угодою, в якій перелічуються послуги та оговорюється розмір і порядок сплати винагороди агентству. Звичайною формою сплати є гонорар за виготовлення реклами, розміщення реклами оплачується за встановленими тарифами.

Особливим видом діяльності, який називають безкоштовною рекламою, є послуги паблік рилейшнз (public relations – PR), або зв'язки з громадськістю. **PR** – продумані, сплановані та постійні послуги із встановлення та зміцнення взаєморозуміння між економічним суб'єктом (підприємством) та громадськістю. Зв'язки з громадськістю націлені на формування та підтримку позитивного іміджу підприємства на основі правдивої та оперативної інформації. Послуги PR можуть надаватись як спеціалізованими агентствами, самостійними в організаційному та юридичному плані, так і спеціалізованими структурними підрозділами рекламних, інформаційних агентств, консалтингових фірм.

Розглянемо більш докладно рекламних посередників.

**1. Рекламне агентство** – незалежна фірма, що спеціалізується на виконанні проведенні рекламних досліджень, розробці планів рекламної діяльності, розробці та проведенні рекламних кампаній, зокрема підготовці рекламних звернень, виробництві рекламоносіїв, розміщенні рекламних звернень.

#### Функції рекламних агентств:

- менеджмент рахунків;
- творчі послуги;
- послуги із ЗМІ;
- дослідження.

**2. BTL-агентства** – поняття “BTL” (below the line, тобто “під рисою”) ввела в обіг компанія Procter&Gamble. Передісторія виникнення цього напрямку прямої реклами така: коли компанії знадобилося проаналізувати свій рекламний бюджет, менеджер провів ризик, що розбила список витрат на дві частини. Вгорі виявилися витрати, пов'язані з пресою, радіо, телебаченням і зовнішньою

рекламою, внизу – всі інші. Таким чином, верхня частина одержала назву ATL (above the line, тобто “над рискою”), а нижня – BTL.

**BTL-агентства спеціалізуються на наданні таких послуг:**

- демонстрація і дегустація продуктів;
- масові заходи (презентації, семінари, прес-конференції, вечірки);
- лотереї, конкурси;
- стимулювання продажу;
- спонсорство;
- розробка і виготовлення сувенірної продукції;
- заходи пабліситі;
- мерчандайзинг – оформлення місця продажу товару;
- реклама в інтерактивних засобах комунікації (інтернеті та ін.);
- розробка, виготовлення і використання нетрадиційних рекламних носіїв;
- розробка практично будь-яких заходів, що сприяють просуванню товару на ринок.

**ATL підводить покупця до товару, а BTL – змушує його купити.**

**Ключові елементи BTL:**

**Презентація** – це шоу, організоване під час виставки товару. Основне завдання презентації – ілюстрації для виступу.

**Застосування:**

- супровід доповідей (захист диплома, дисертації);
- виступи на конференціях;
- ілюстрації до уроків;
- рекламні ролики.

**Семплінг** – дегустація, демонстрація і безкоштовне поширення зразків.

**Семплінги застосовують у двох випадках:**

- коли необхідно виділити конкретну товарну марку серед інших товарів-конкурентів;
- коли ринок тільки ознайомлюється з абсолютно невідомою йому продукцією.

Семплінг це відмінна можливість провести цільове маркетингове дослідження, щоб визначити, наскільки Ваш продукт сподобається споживачам.

**3. Агентства з директ-маркетингу** – пряма поштова реклама: роздача листівок на вулиці, поширення рекламних матеріалів на виставках, пряме поштове розсилання за адресами.

## 2. Фінансові посередники в інфраструктурі аграрного ринку

У суспільстві з розвиненими ринковими відносинами важливу роль на фінансовому ринку відіграють фінансові посередники, які є ключовою фігурою на всіх сегментах ринку (табл. 1).

Таблиця 1

**Класифікація фінансових посередників**

Ознаки класифікації	Види посередників
За видами фінансових установ	- суб'єкти банківської системи - небанківські фінансові та кредитні інститути - контрактні фінансові інститути - суб'єкти депозитарно-клірингової системи
Залежно від обслуговування учасників ринку	- спеціалізовані - універсальні
Залежно від укладання та виконання угод з фінансовими інструментами	- прямі (безпосередні учасники) - побічні (формують інфраструктуру)
За сегментами фінансового ринку	- посередники фондового ринку - посередники ринку позичкових капіталів - посередники ринку фінансових послуг - посередники грошового ринку - посередники валютного ринку та інших сегментів

**Види діяльності фінансових посередників на ринку агропродукції:**

- надання послуг, пов'язаних з емісією фінансових активів та з їх обігом на вторинному ринку;

- інвестування коштів у різні галузі економіки за емісії корпоративних цінних паперів та на кредитному ринку;
- залучення коштів для забезпечення потреб державного бюджету за емісії державних боргових зобов'язань та на ринку державного кредиту;
- отримання прибутку за рахунок економії, що обумовлена зростанням масштабу операцій під час аналізу кредитоспроможності потенційних кредиторів, розробки порядку надання позик і розрахунків за них;
- допомога приватним та юридичним особам, що мають заощадження, щодо диверсифікації їх вкладень;
- інвестування коштів юридичних і фізичних осіб у фінансові активи та вилучення їх з процесу інвестування на сегментованих ринках;
- надання допомоги інвесторам на високорозвинених ефективних ринках у прийнятті зважених та оперативних рішень щодо інвестування коштів у фінансові активи та забезпечення реалізації цих рішень;
- забезпечення ліквідності ринку під час здійснення не тільки оперативного інвестування, але й оперативного вилучення коштів інвесторами, тобто саме фінансові посередники дають інвесторам змогу в будь-який час вилучити кошти і в разі потреби знову інвестувати їх на більш вигідних умовах та інші.

### **3. Консалтинг: поняття, види, переваги. Інжинірингові та реінжинірингові послуги**

**Консалтинг** – це професійна допомога з боку фахівців з управління господарством керівникам і управлінському персоналу різних організацій (клієнту) в аналізі і рішенні проблем їхнього функціонування і розвитку, здійснювана у формі порад, рекомендацій і спільно вироблюваних із клієнтом рішень.

**Його основне завдання** полягає в аналізі та обґрунтуванні перспектив розвитку, а також у використанні науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням предметної області і проблем клієнта.

**Консалтинг вирішує питання** управлінської, економічної, фінансової, інвестиційної діяльності організацій, стратегічного планування, оптимізації загального функціонування компанії, ведення бізнесу, дослідження і прогнозування ринків збуту, руху цін і т.д.

**Консалтингові послуги надають у вигляді** усних або письмових консультацій за широким колом питань економічного, фінансового, зовнішньоекономічного, маркетингового характеру.

**Консультант** – це експерт, що володіє спеціальними знаннями та вміннями, як правило, має багатий досвід вирішення найрізноманітніших проблем за своїм профілем (фінанси, IT, PR, HR і так далі).

#### **Розрізняють зовнішніх і внутрішніх консультантів.**

**Зовнішні** – це незалежні консультаційні фірми чи індивідуальні консультанти, які надають послуги клієнтам на основі відповідного договору.

**Внутрішні** – це фахівці з економіки і управління, зайняті в штаті тієї чи іншої організації (вони складають аналітичну, «штабну» підсистему організації).

#### **Види консалтингових послуг:**

**1. Управлінський консалтинг** – полягає в комплексному оцінюванні компанії, прогнозуванні, розробці стратегії розвитку, створенні антикризових програм.

**2. Адміністративний консалтинг** – це питання формування та реєстрації компанії, організації роботи офісу, адміністративного контролю, ведення діловодства, дотримання трудової дисципліни та ін.

**3. Фінансовий консалтинг.** Включає рішення фінансових задач: пошук джерел фінансування, підвищення ефективності роботи компанії, розробка фінансової стратегії; консультування з питань оподаткування, бухгалтерського обліку, економічної діяльності, звітності.

**4. Кадровий консалтинг.** Ця послуга полягає в комплексному вирішенні кадрових проблем на підприємстві, підвищенні ефективності праці, кваліфікації працівників.

**5. Маркетинговий консалтинг** – максимальне підвищення продаж за рахунок оптимізації функціонування підприємства на всіх рівнях: збуту, ціноутворення, реклами, післяпродажного обслуговування. Ця послуга також охоплює питання виходу на нові ринки, розробку продукції та ін.

**6. Виробничий консалтинг** – вирішення різних економічних, управлінських та інженерних питань, аналіз продукції та методів виробництва, кадрової структури, планування виробництва.

**7. IT-консалтинг** – забезпечення інформаційної стабільності на підприємстві – автоматизація всіх бізнес-процесів, розробка інформаційно-пошукових систем, інформаційної безпеки в компанії.

**8. Юридичний консалтинг** – правове консультативне забезпечення.

**9. Спеціалізований консалтинг** – включає не вказані вище бізнес-питання, наприклад, управління електроенергією, телекомунікаціями, екологічною ситуацією, матеріально-технічним забезпеченням, а також питання державного сектору.

**Інжиніринг** – це інженерно-консультативні послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу, або послуги із забезпечення нормального перебігу процесу виробництва та реалізації продукції.

**Інжинірингові послуги**, зазвичай, надають спеціалізовані інженерно-консультаційні (інжинірингові) фірми, інколи будівельні та виробничі компанії. Через те, що інжиніринг передбачає велику кількість різноманітних послуг, які входять до категорії інжинірингових, інжинірингові фірми спеціалізуються за напрямками.

**У міжнародній практиці виділяють такі види інжинірингових фірм:**

- інженерно-консультаційні – надають послуги без наступних поставок обладнання;
- інженерно-будівельні – можуть надавати весь комплекс послуг, які пов'язані зі створенням промислових та ін. об'єктів на умовах «під ключ»;
- консультативні – надають послуги з управління підприємствами, комп'ютерним технологіям, організації виробництва, збуту, фінансів;
- інженерно-дослідницькі – спеціалізуються на розробці технологічних процесів та технологій виробництва нових матеріалів.

За великомасштабного будівництва практикують **комплексний інжиніринг** – сукупність послуг і поставок, необхідних для будівництва промислового підприємства або об'єкта інфраструктури.

**Комплексний інжиніринг включає:**

- консультаційний (чистий) інжиніринг – проектування об'єкта, розробка планів будівництва та контролю за проведенням робіт;
- технологічний інжиніринг – надання замовнику технологій, необхідних для будівництва об'єкта та його експлуатації (передача промислового досвіду та знань, передача технології та патентів);
- будівельний або загальний інжиніринг – проектування, поставки обладнання, монтаж.

**Реінжиніринг** – комплексна процедура, яка передбачає розробку нових ділових процесів у фірмі або підприємстві шляхом радикального перепроєктування існуючих процесів, зазвичай, на основі інтенсивного використання у нових процесах електронних систем, зміни умов ведення бізнесу, що, у свою чергу, дає можливість отримання додаткових конкурентних переваг.

**У реінжинірингу виділяють:**

- кризовий реінжиніринг – де йдеться про рішення кризових проблем організацій на межі банкрутства;
- реінжиніринг розвитку – який застосовується тоді, коли справи в організації йдуть непогано, але погіршилася динаміка розвитку.