Консультативне підприємництво. Цей перспективний вид підприємництва, останнім часом набуває все більшого розвитку. Воно охоплює такі напрямки як загальне управління, адміністрування, фінансове управління, управління кадрами, маркетинг, виробництво, інформаційні технології, спеціалізовані послуги.

В виробничо-розвинених країнах з ринковою економікою, вкладення коштів у інтелектуальний капітал, у формі консультативних послуг вважається не менш ефективним, ніж вкладення у нове обладнання або передову технологію. В Україні в сучасних умовах подібного відношення до консалтингу не спостерігається. Більше того, інтелектуальний потенціал, який існує в галузі економіки і управління використовується далеко не повністю. Спостерігається парадоксальна ситуація: більшість підприємств, які знаходяться у важкому економічному становищі у зв'язку з причинами організаційно-управлінського характеру, непристосованістю до ринкових умов, не використовують при цьому наявний інтелектуальний потенціал.

Ті підприємства, які своєчасно скористалися допомогою консультантів, вже відчули економічний ефект фінансово-господарського аналізу, розробки програм оздоровлення, активного маркетингу, розробки інвестиційної та фінансової політики.

Консультативні послуги, частіше надаються у вигляді консалтингових проектів та містять в собі такі основні етапи:

- виявлення проблем;
- розробка рішень, проекту;
- здійснення рішень.

Методи консультування можуть бути різноманітними. Найбільш поширеними є три види консультування: експертне, процесне, вивчаюче.

Експертне консультування – найбільш пасивна форма консалтингу. Тут консультант самостійно здійснює діагностику, розробку рішень і рекомендацій з їх впровадження. Клієнт при цьому лише забезпечує консультанта необхідною інформацією.

Під час *процесного консультування*, фахівці консалтингової фірми, на всіх етапах розробки проекту, активно взаємодіють з клієнтом, спонукаючи його висловлювати свої ідеї; консультанти разом із клієнтом аналізують проблеми і розробляють пропозиції.

В умовах *вивчаючого консультування* головна задача фахівців – підготувати фундамент для виникнення ідей, для розробки рішень. За для цієї мети вони проводять у клієнта лекції, семінари, розробляють навчальні посібники, надають всю необхідну теоретичну і практичну інформацію.

Особливості ринку консультаційних послуг полягають у тому, що у фірм, які займаються цим видом діяльності, не має можливості показати зразок свого товару, зразок своєї послуги. Тому перед такими фірмами дуже гостро стоїть проблема залучення клієнтів. Це може бути рекламування своїх можливостей, залучення клієнтів через посередників, використання рекомендацій попередніх замовників, які дали позитивний відгук про діяльність фірми.

Найбільш простий та поширений засіб – реклама. Фірма розповсюджує різного роду рекламні об'яви, в яких наводяться її можливості в галузі консультування, приблизна вартість послуг. Широко розповсюджена така форма залучення клієнтів, як використання посередників. В західних країнах розроблені спеціальні методики для пошуку такого посередника.

Зазвичай, вирішальним фактором, що визначає престиж фірми- консультанта, є її успішна, результативна попередня діяльність. Позитивні рекомендації крупних, навіть середніх клієнтів – краща реклама.