

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

О. Кібік, О. Корнілова,
І. Примаченко, Л. Кузнецова

**РИНКОВА
ІНФРАСТРУКТУРА.
РИНОК
ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ**

Навчально-методичний посібник

Одеса
Фенікс
2023

УДК 65.012
К 38

Рекомендовано до друку рішенням навчально-методичної ради
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № 4 від 05.06.2023 року).

Автори:

Кібік Ольга – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри національної економіки НУ «Одеська юридична академія»;

Корнілова Олеся – доцент кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія», PhD;

Примаченко Іван – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри національної економіки НУ «Одеська юридична академія»;

Кузнецова Людмила – асистент кафедри національної економіки НУ «Одеська юридична академія».

Рецензенти:

Галицький О. – доктор економічних наук, професор кафедри економічної теорії і економіки підприємства Одеського аграрного університету.

Добрянська Н. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туристичного та ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету.

Кібік О., Корнілова О., Примаченко І., Кузнецова Л.

К 38 Ринкова інфраструктура. Ринок юридичних послуг : навч.-метод. посібн. [Електронне видання] / О. Кібік, О. Корнілова, І. Примаченко, Л. Кузнецова ; Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». – Одеса : Фенікс, 2023. – 100 с. – Режим доступу: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/26018>.

ISBN 978–966–928–974–2

Визначено зміст і значення ринку та ринкової інфраструктури. Розглянуто основні категорії ринку, надано уявлення про елементи сучасної ринкової інфраструктури. Систематизовано характеристики основних елементів сучасної ринкової інфраструктури на національному та міжнародному рівнях. Увагу приділено питанням розвитку ринку юридичних послуг, зокрема в Україні.

Призначений для здобувачів вищої освіти, що отримують ступінь бакалавра та магістра у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 073 «Менеджмент», буде корисним для підготовки здобувачів, що отримують освіту з економічних та правових спеціальностей.

УДК 65.012

ISBN 978–966–928–974–2

© © Колектив авторів, 2023

Зміст

Вступ	4
-------------	---

Розділ 1

РИНКОВА ІНФРАСТРУКТУРА

Тема 1.1. Ринкова інфраструктура: сутність і характеристика	6
Тема 1.2. Поняття менеджменту інфраструктури товарного ринку	12
Тема 1.3. Комерційні посередники в ринковій інфраструктурі	17
Тема 1.4. Некомерційні елементи ринкової інфраструктури	22
Тема 1.5. Фінансово-кредитна ринкова інфраструктура	26
Тема 1.6. Інформаційно-аналітична ринкова інфраструктура	31
Тема 1.7. Інфраструктура ринку праці	36
Тема 1.8. Матеріальні елементи ринкової інфраструктури	41
Тема 1.9. Менеджмент інфраструктури міжнародного ринку	48

Розділ 2

РИНОК ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ

Тема 2.1. Особливості розвитку ринку юридичних послуг в Україні	51
Тема 2.2. Юридичне консультування	57
Тема 2.3. Послуги юридичного консалтингу: види, ринок, регулювання	61
Тема 2.4. Юридична фірма	69
Тема 2.5. Витрати та доходи суб'єктів юридичного консалтингу ..	74
Тема 2.6. Конкурентоспроможність та клієнтоорієнтованість юридичного консалтингу	78
Тема 2.7. Юридичний консультаційний процес	82
Тема 2.8. Позиція та роль консультанта у консалтинговому процесі	86

Питання для підсумкового контролю знань і вмінь	90
--	-----------

Термінологічний словник	93
--------------------------------------	-----------

Бібліографічний список	95
-------------------------------------	-----------

Вступ

Сутність ринкової інфраструктури полягає в тому, що вона створює необхідні умови для взаємодії між учасниками ринку, сприяє інноваціям та ефективному використанню ресурсів. Ринкова інфраструктура є основою розвитку ринку і забезпечує рівномірний розподіл товарів і послуг у суспільстві.

Призначенням сучасної ринкової інфраструктури є створення і підтримки необхідних умов для функціонування ринку, обміну товарів, торговельних операцій та розвитку економіки в цілому. Ринкова інфраструктура є комплексом об'єктів, що мають забезпечувати прозорість, ефективність і стабільність ринкових процесів.

Роль ринкової інфраструктури полягає у забезпеченні доступу до ринку, прозорості ринку, правового регулювання, сприянні розвитку фізичної і соціальної інфраструктури, інноваційним процесам. Все це сприяє економічному розвитку, підвищенню рівня конкурентоспроможності, залученню інвестицій і створенню сприятливого середовища для бізнесу і клієнтури.

Даний навчально-методичний посібник є забезпеченням вивчення дисциплін «Ринкова інфраструктура» та «Ринок юридичних послуг».

Метою вивчення дисципліни «Ринкова інфраструктура» є забезпечення достатнього рівня компетентностей майбутніх менеджерів у сфері обґрунтування та прийняття оптимальних управлінських рішень з питань взаємодії економічних суб'єктів з елементами ринкової інфраструктури.

Метою вивчення дисципліни «Ринок юридичних послуг» є формування системи знань та навичок здобувачів у сфері менеджменту та забезпечення ефективного розвитку елементів ринку юридичних послуг.

Відповідно у посібнику визначено зміст і значення ринку та ринкової інфраструктури. Розглянуто основні категорії ринку, надано

уявлення про елементи сучасної ринкової інфраструктури. Систематизовано характеристики основних елементів сучасної ринкової інфраструктури на національному та міжнародному рівнях, зокрема комерційних посередників та некомерційних елементів, представників фінансово-кредитної системи, складових інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури та ринку праці, матеріальних елементів інфраструктури ринку. Увагу приділено питанням розвитку ринку юридичних послуг, зокрема в Україні. Так розглянуто засади юридичного консультування, функціонування юридичних фірм, забезпечення достатнього рівня їхньої конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах.

Навчально-методичний посібник призначений для здобувачів вищої освіти, що отримують ступінь бакалавра та магістра у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 073 «Менеджмент», буде корисним для підготовки здобувачів, що отримують освіту з економічних та правових спеціальностей.

Розділ 1

РИНКОВА ІНФРАСТРУКТУРА

Тема 1.1.

Ринкова інфраструктура: сутність і характеристика

План

- 1.1.1. Сутність та роль ринкової інфраструктури.
- 1.1.2. Ринкові тренди.
- 1.1.3. Структура ринкової інфраструктури.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Ринкова економіка – це система економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів, які здійснюються за допомогою грошей в умовах плюралізму всіх форм власності, вільних конкуренції і ціноутворення, що забезпечує ефективність вирішення соціально-економічних проблем.

Сучасна ринкова економіка є складним організмом, що складається з величезної кількості різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, що взаємодіють на тлі розгалуженої системи правових норм бізнесу і об'єднуються єдиним поняттям – ринок.

Ринок – це організована структура, де «зустрічаються» виробники і споживачі, продавці та покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів і пропозиції виробників встановлюються ціни товарів та обсяги продажів. При розгляді структурної організації ринку визначальне значення має кількість виробників (продавців) і кількість споживачів (покупців), що беруть участь у процесі обміну загального еквівалента вартості (грошей) на який-небудь товар. Ця кількість виробників і споживачів, характер і структура відносин між ними визначають взаємодію попиту і пропозиції.

Сучасний ринок є складним утворенням. Ринки класифікують за різними ознаками.

Термін «інфраструктура» походить від латинських слів «*infra*» – нижче і «*structura*» – будова.

Інфраструктура (в економічному аспекті) – це сукупність базових галузей (матеріальна основа економічної системи), економічних відносин (передусім, відносин економічної власності), що розвиваються у процесі діяльності людей щодо використання об'єктів інфраструктури та привласнення умов і результатів такої діяльності, державного регулювання функціонування зазначених галузей.

Ринкова інфраструктура відіграє важливу роль у підтримці економічного розвитку і забезпеченні функціонування ринкових відносин. Вона включає в елементи, які сприяють здійсненню обміну товарами між різними економічними суб'єктами.

Роль ринкової інфраструктури відображають такі моменти:

1. Елементи ринкової інфраструктури (торговельні площадки, біржі, аукціони тощо) забезпечують доступ економічних суб'єктів до ринку та надають їм можливість проведення обмінних операцій.

2. Ринкова інфраструктура забезпечує передачу інформації про попит і пропозицію, ціни, умови угод та інші фактори, що обумовлюють ринкові відносини. Дані про ринок, які формуються завдяки ринковій інфраструктурі, допомагають учасникам ринку приймати раціональні рішення.

3. Елементи ринкової інфраструктури, функціями яких є розробка і впровадження правових актів, контроль за їх дотриманням, механізми розгляду спорів і розбіжностей, системи захисту прав споживачів та інвесторів тощо, мають сприяти дотриманню правил та норм, що регулюють ринкові відносини.

4. Функціонування ринку сприяє розвитку фізичної і соціальної інфраструктури, необхідної для здійснення торговельних операцій. Це можуть бути транспортні мережі, зв'язок, логістичні центри, склади, електронні платіжні системи та інші елементи, що забезпечують ефективний рух товарів.

5. Ринкова інфраструктура стимулює інноваційну діяльність, сприяючи розробці нових продуктів. Це може бути у вигляді створення інноваційних платформ, підтримки стартапів, інкубаторів та акселераторів, фінансової підтримки досліджень і розробок тощо.

Ринкові тренди – це якісні чи кількісні зміни у параметрах ринку, основними з яких є кількість продавців і покупців, обсяг ринку, життєвий цикл продукту, потужності та галузева належність підприємств, особливості державного регулювання, механізми функціонування, наявність та особливості елементів ринкової інфраструктури.

В умовах глобалізації ринкові тренди різних рівнів обумовлюються особливостями сучасного бізнесу. Основними викликами та загрозами міжнародному бізнесу є збільшення розриву між багатими і бідними, радикальна зміна міжнародної валютно-кредитної системи внаслідок появи криптовалют, одночасна активізація процесів інтеграції та дезінтеграції, зростання масштабів тіньової економіки, розширення географії та структури нелегальної міжнародної міграції, посилення впливу феномена «Чорних лебедів», зменшення впливу глобальних і регіональних регуляторних інститутів, проблеми міжнародного космічного бізнесу, поширення неопротекціонізму, структурні зміни сфери промисловості, демографічна криза, посилення уваги до питань забезпечення сталого розвитку та відповідального ведення бізнесу.

Кожна сфера діяльності має свої особливості. Відповідно тренди можуть варіюватися залежно від конкретної сфери. Однак існують кілька загальних сучасних ринкових трендів, зокрема такі:

- підвищення інтенсивності конкуренції;
- цифрова трансформація, що базується на активному використанні цифрових технологій (штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей (IoT), автоматизація процесів, цифрові валюти тощо) для підвищення рівня ефективності та конкурентоспроможності ринкових суб'єктів. Використання аналітики даних, машинного навчання та штучного інтелекту допомагає створювати персоналізовані пропозиції, які задовольняють унікальні потреби кожного клієнта, що дозволяє забезпечувати індивідуальний підхід;
- демографічні зміни світової спільноти і старіння світової економіки. Старіння населення, скорочення трудового періоду та числа робочих годин на тиждень, зростання чисельності пенсіонерів тощо змінюють ринкові тенденції та структуру;

– урбанізації та реурбанізації: люди стали більше рухатися, мігруючи із одних населених пунктів в інші, більше орендувати житло, ніж купувати його;

– надвиробництво товарів. Існує тенденція надлишкової пропозиції багатьох товарів і різкої зміни цінової політики багатьох компаній. Високі ціни на значну кількість товарів призвели до економії споживання;

– посилення уваги до збереження навколишнього середовища приводить до зростання попиту на екологічно чисті продукти. Ринкові суб'єкти, що орієнтовані на сталий розвиток, можуть отримати конкурентну перевагу;

– посилення уваги ринкових суб'єктів до формування та розвитку систем соціальної відповідальності, що передбачають активну підтримку громадських ініціатив, вирішення соціальних проблем тощо;

– збільшення обсягів онлайн-торгівлі, що обумовлює необхідність забезпечення зручних та безпечних онлайн-сервісів;

– необхідність підвищення рівня кібербезпеки тощо.

Ринкова інфраструктура – це сукупність інститутів, які забезпечують матеріально-технічні, фінансові і трудові умови для відтворювального процесу, розміщення і функціонування суб'єктів господарювання.

Ринкова інфраструктура як сукупність інституцій характеризується певними *ознаками*:

1) інфраструктура є сектором економіки загального призначення, тобто її елементи можуть використовуватись всіма суб'єктами ринкових відносин: від підприємств малого бізнесу до транснаціональних корпорацій будь-якої галузевої приналежності та виду діяльності, а також державних інституцій;

2) об'єкти ринкової інфраструктури вимагають значних початкових інвестицій на їх створення, термін окупності таких вкладень є значним;

3) об'єкти ринкової інфраструктури характеризуються одночасним «колективним» користуванням;

4) функціонування об'єктів ринкової інфраструктури обумовлює ефективність процесу виробництва матеріальних благ;

5) перелік об'єктів ринкової інфраструктури може суттєво змінюватися відповідно до особливостей етапів економічного розвитку суспільства.

Основні складові ринкової інфраструктури є такими:

1. Фізична інфраструктура: споруди, транспортні мережі, логістичні центри та інші фізичні об'єкти, які необхідні для переміщення товарів від виробників до споживачів.

2. Інформаційна інфраструктура: системи електронної торгівлі, ринкові дані, інформаційні портали та інші джерела інформації.

3. Юридична інфраструктура: система правових норм і правил, що регулюють ринкові відносини.

4. Фінансова інфраструктура: банківські операції, платіжні системи, інвестиційні фонди та інші механізми фінансування, які підтримують ринкові операції.

5. Інституційна інфраструктура: регуляторні органи, антимонопольні установи, торговельні палати та інші організації, які сприяють створенню конкурентного і справедливого середовища для бізнесу.

Конкретними *елементами інфраструктури ринку* є:

- державне організаційно-правове забезпечення у формі державних структур регулювання і контролю;
- кредитна система і комерційні банки;
- емісійна система і емісійні банки;
- посередники, зокрема товарні, сировинні та фондові біржі;
- аукціони, ярмарки, торги;
- державні та недержавні органи сприяння зайнятості (біржі праці);
- державні та недержавні страхові компанії;
- рекламні та інформаційні агентства, засоби масової інформації;
- інвестиційні фонди;
- комерційно-виставкові комплекси;
- професійні союзи;
- система вищої і середньої професійної освіти тощо.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Характеристика особливостей розвитку різних ринків.
2. Сутність ринкової інфраструктури.
3. Роль ринкової інфраструктури.
4. Ознаки ринкової інфраструктури.
5. Структура ринкової інфраструктури.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Ринкові тренди.
2. Історія формування та розвитку ринкової інфраструктури.
3. Характеристика особливостей розвитку різних ринків (на свій розсуд обрати один з ринків за будь-якою ознакою, визначити його характеристики).

Завдання

Дати обґрунтовану відповідь на питання: ринкова інфраструктура – це «благо» чи «зло»?

Тестові завдання

1. Сукупність економічних відносин між продавцями та покупцями з приводу купівлі/продажу товарів (послуг) – це:
 - а) ринковий попит;
 - б) ринкова інфраструктура;
 - в) ринок;
 - г) кон'юнктура.
2. Які види ринків виділяють за механізмом функціонування?
 - а) монопольний; олігопольний; вільний;
 - б) праці; сировини і матеріалів; засобів виробництва; технологій;
 - в) планово-керований; регульований; вільний;
 - г) досконалої та недосконалої конкуренції.
3. Інформаційні послуги реалізуються на ринку:
 - а) технологій;
 - б) засобів виробництва;

- в) фінансовому;
- г) правильна відповідь відсутня.

4. Цінні папери реалізуються на ринку:

- а) технологій;
- б) грошовому;
- в) фінансовому;
- г) сировини і матеріалів.

5. Функція ринку, суть якої полягає у досягненні відповідності між попитом та пропозицією відповідно до цінних факторів – це:

- а) інформаційна;
- б) регулююча;
- в) ціноутворення;
- д) маркетингова.

Тема 1.2. Поняття менеджменту інфраструктури товарного ринку

План

- 1.2.1. Функції ринкової інфраструктури.
- 1.2.2. Завдання ринкової інфраструктури.
- 1.2.3. Показники оцінки та інструменти регулювання стану ринкової інфраструктури.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Основним призначенням ринкової інфраструктури є обслуговування взаємовідносин виробників товарів та споживачів, забезпечення їх ефективної взаємодії.

В процесі регулювання суспільного відтворення ринок виконує такі *функції*:

- 1. Інформаційна функція, тобто розповсюдження різної об'єктивної інформації про суспільно необхідні кількість, асортимент і якість тих товарів, які постачаються на ринок.

2. Посередницька функція дозволяє продавцеві вибрати найбільш оптимального покупця, а споживач має можливість вибрати оптимального постачальника.

3. Стимулювання ефективного господарювання, раціонального використання органічних ресурсів людиною і суспільством.

4. Функція розподілу і обміну – забезпечується розподіл і обмін між групами суспільства.

5. Функція пропорційності – ринок сприяє встановленню відповідності між виробництвом і споживанням.

6. Функція санування – через механізм конкурентної боротьби відбувається очищення ринку від неконкурентоспроможних підприємств.

Сутність інфраструктури розкривають завдання, які тісно пов'язані з системою функцій. **Основними завданнями функціонування ринкової інфраструктури є:**

1) постачання різних видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних);

2) купівля-продаж різноманітних товарів;

3) забезпечення інформацією учасників ринку;

4) підвищення ефективності функціонування суб'єктів ринкових відносин;

5) організаційно-правове оформлення ринкових відносин;

6) відображення економічної кон'юнктури загалом, найважливіших видів ринку зокрема;

7) сприяння процесу державного регулювання економіки та контролю над ринковими процесами тощо.

У розвинутих економіках держава приділяє увагу розвитку ринкової інфраструктури.

Інфраструктурна діяльність включає:

- збір, узагальнення і розповсюдження економічної інформації;

- спеціальне вивчення ринку з метою збільшення продажів;

- публічне надання інформації про господарюючі суб'єкти, товари і послуги;

- оцінка окремих господарюючих суб'єктів та інструментів їх діяльності.

Поєднання державного і ринкового механізмів регулювання є передумовою розвитку економічної системи. З одного боку, інститути інфраструктури надають комплекс посередницьких послуг з інвестування, страхування різних сторін господарської діяльності тощо. Інфраструктура також використовується при макроекономічному регулюванні ж через неї держава здійснює антиінфляційні заходи, політику зайнятості, протидіє циклічним коливанням економіки. Втручання держави у функціонування ринкової інфраструктури обумовлюється такими обставинами.

1. Створення і розвиток об'єктів ринкової інфраструктури потребує значних фінансових ресурсів. Інколи державні інвестиції є основним джерелом інвестицій. Ключові інфраструктурні об'єкти здатні стати передумовою економічного розвитку окремих регіонів і держави в цілому. Інфраструктурні послуги сприяють економічному зростанню в суспільстві шляхом впливу на ефективність приватних інвестицій. Розвинута інфраструктура сприяє підвищенню ефективності економіки.

2. Держава повинна залишати за собою право контролю над об'єктами, які створені за рахунок значних державних інвестицій, або передавати управління цими об'єктами на засадах партнерства приватному бізнесу.

3. Результати функціонування ринкової інфраструктури часто є не приватними, а суспільними благами. Тому споживачі інфраструктурних послуг повинні мати вільний і рівний доступ до них, що має забезпечувати антимонопольне законодавство.

Формування сучасної ринкової інфраструктури, адекватної вимогам створення конкурентоспроможної економіки інноваційного типу, потребує чіткого оцінювання стану та перспектив її розвитку. Для цього використовують систему економічних показників, які можна розподілити на дві великі групи:

- макроекономічні показники товарного ринку;
- показники стану та розвитку складових інфраструктури товарного ринку.

Стану ринкової інфраструктури є основою *формування показників розвитку ринків*:

1. Обсяги торгівлі протягом певного періоду.

2. Ліквідність ринку вимірюється швидкістю, з якою активи можуть бути продані або куплені без впливу на їх ціни. Висока ліквідність сприяє ефективному функціонуванню ринків.

3. Рівень капіталізації. Капіталізація ринку визначається загальною вартістю всіх активів на ринку протягом певного періоду. Високий рівень капіталізації може свідчити про стабільний та розвинутий ринок.

4. Показники стабільності. Волатильність ринку вимірює ступінь коливання цін на ринку. Зменшення волатильності допомагає знизити ризики та забезпечити більш стабільний ринок.

5. Кількість інвесторів та учасників ринку.

6. Обсяг інвестицій, що надходять на ринок.

7. Дивідендні виплати та доходи: показники доходності та рентабельності ринку, включаючи сумарні дивідендні виплати, відсоткові ставки та прибутковість активів.

8. Рівень інновацій вимірює здатність ринку впроваджувати нові фінансові інструменти, технології та підходи.

9. Ступінь привабливості ринку для іноземних інвесторів.

Інструментами регулювання стану ринкової інфраструктури можуть бути:

1. Регулювання процентних ставок. Так Національний банк України періодично змінює процентні ставки для контролю темпів інфляції, сприяння кредитуванню та збалансування економічної системи на різних етапах її розвитку.

2. Монетарна політика. Національний банк України може змінювати кількість грошей, що перебувають у обігу.

3. Регулювання валютного ринку.

4. Регулювання бірж та фондових ринків.

5. Антимонопольне регулювання.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Функції ринкової інфраструктури.
2. Завдання ринкової інфраструктури.
3. Показники оцінки стану ринкової інфраструктури.
4. Інструменти регулювання рівня розвитку ринкової інфраструктури.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Функції окремих елементів ринкової інфраструктури.
2. Характеристика напрямків інфраструктурної діяльності.
3. Передумови та межі втручання держави у функціонування ринкової інфраструктури.
4. Характеристика інструментів регулювання стану ринкової інфраструктури.

Завдання

Оберіть певний товар. Класифікуйте його цільовий ринок за такими ознаками: спеціалізація, територіальна ознака, механізм функціонування, ступінь монополізації, рівень насиченості, ступінь відкритості, активність ринкових процесів. Обґрунтуйте перелік та характеристики основних інститутів ринкової інфраструктури ринку обраного товару.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Характеристика посередницької функції.
2. Вплив феномену «Чорний лебідь» на функціонування ринку та розвиток ринкової інфраструктури.
3. Особливості розрахунку показників стану та ефективності функціонування елементів ринкової інфраструктури.

Тема 1.3. Комерційні посередники в ринковій інфраструктурі

План

- 1.3.1. Роль та сфери функціонування комерційних посередників.
- 1.3.2. Види комерційних посередників.
- 1.3.3. Передумови вибору маркетингового посередника.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Комерційні посередники грають важливу роль у сучасній економіці. Вони виконують різноманітні завдання, сприяючи ефективному функціонуванню ринку та задоволенню потреб покупців і продавців.

Комерційні посередники – це спеціалізовані елементи ринкової інфраструктури, які сприяють просуванню, продажу й розподілу товару серед кінцевих споживачів. Такі посередники є юридичними або фізичними особами, які приймають на себе або допомагають передати іншій особі право на конкретний товар на шляху від виробника до споживача.

Основними сферами функціонування та завданнями комерційних посередників є такі:

1. **Забезпечення доступу до ринку.** Посередники допомагають виробникам знаходити покупців своїх продуктів.

2. **Маркетинг та реклама.** Посередники допомагають у вивченні потреб споживачів, аналізі конкуренції та розробці маркетингових стратегій, формуванні рекламних заходів та просуванні продуктів на ринку.

3. **Логістика та дистрибуція.** Посередники організують процес поставки та дистрибуції товарів від виробників до споживачів. Сферами їхньої діяльності є процеси складування, логістичні операції та забезпечення ефективної поставки продуктів.

4. **Послуги підтримки клієнтів,** основними з яких є консультації, гарантійне обслуговування, сервіс, послуги після продажу тощо.

5. **Зниження рівня ризику транзакцій** за рахунок страхування або використання інших фінансових інструментів для захисту економічних суб'єктів від можливих негативних наслідків.

6. *Створення ефективного конкурентного середовища*, що дозволяє оптимізувати рівень цін та якості продуктів.

7. *Фінансові послуги*, основними з яких є кредитування, інвестування, управління активами тощо, що допомагають залучати та ефективно використовувати капітал.

Комерційні посередники можуть виконувати різноманітні ролі та функції в економіці. Вони можуть бути класифіковані за різними критеріями: функціональне призначення; обсяг операцій купівлі-продажу (оптові підприємства, що обслуговують роздрібну торгівлю, оптові підприємства (дистриб'ютори) з торгівлі товарами виробничо-технічного призначення, роздрібні торговельні підприємства); рівень обслуговування та спеціалізації (торговельно-посередницькі підприємства з повним циклом обслуговування: спеціалізовані за асортиментом товарів, вузькоспеціалізовані, універсальні; торговельно-посередницькі підприємства, фірми з обмеженим циклом обслуговування); організаційно-правова форма (незалежні торговельно-посередницькі організації, комерційні структури великих підприємств та галузевих господарських формувань) тощо.

За функціональним призначенням виділяють:

- торговельно-посередницькі підприємства (оптово-посередницькі фірми, роздрібні підприємства, що купують товари у виробників, інших посередників та перепродають їх);
- торгові посередники (суб'єкти, які спеціалізуються на торговому посередництві, зокрема, брокери, агенти тощо);
- транспортно-експедиторські та складські бізнес-структури (забезпечення руху товарів від виробника до споживача, надання комплексу матеріальних послуг);
- маркетингові, консультативні, рекламні фірми (маркетингові дослідження на замовлення фірм, консультації стосовно товару, ціни, кон'юнктури, конкурентів);
- виставкові центри (просування на ринок нових товарів, пошук потенційних клієнтів, розширення ділових контактів);
- фінансові посередники (банки, кредитно-розрахункові та страхові компанії, аудиторські фірми).
- електронні торговці (продаж товарів через Інтернет, безпосередньо споживачам – онлайн-магазини, платформи для електронної комерції, іншими цифрові ринки) тощо.

Серед комерційних посередників особливе місце посідають **торгові посередники**.

Вибір маркетингового посередника повинен базуватися на ретельному аналізі врахуванні ряду чинників:

1. Цільові ринки і цільова аудиторія. Маркетинговий посередник повинен мати досвід і знання в роботі з цільовими сегментами.

2. Результати аналізу досвіду, компетенції, репутації посередника в обраній галузі. Порівняльний аналіз успішних кампаній та клієнтів посередника з бізнес-цілями структури.

3. Результати попередніх проектів для оцінки відповідності його потенціалу потребам бізнес-структури.

4. Умови співпраці, зокрема фінансові (вартість послуг, порядок розрахунків тощо).

5. Рівень комунікаційних навичок та професіоналізму.

6. Розділ обов'язків та сфер відповідальності.

7. Положення чинного законодавства, які стосуються реклами, маркетингу, фінансових аспектів у певній країні або регіоні.

8. Ступінь гнучкості та адаптивності до змін. Гнучкість та реагування на зміни можуть бути вирішальними у маркетинговій стратегії.

Вибір маркетингового посередника – це важливий крок для ефективного функціонування бізнесу.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Роль та сфери функціонування комерційних посередників.
2. Класифікація комерційних посередників за різними ознаками.
3. Передумови вибору маркетингового посередника.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Характеристика сфер функціонування комерційних посередників.
2. Характеристика посередників за рівнем обслуговування та спеціалізації.
3. Характеристика посередників за обсягом операцій купівлі-продажу.

4. Характеристика посередників за організаційно-правовою формою.

5. Характеристика фінансових передумов вибору посередника.

Завдання

Обґрунтуйте критерії вибору посередника для реалізації ІТ продукту (сегмент ІТ ринку обирається здобувачем самостійно).

Тестові завдання

1. Виробнику необхідно обрати маркетингових посередників. Хто з перелічених не є маркетинговим посередником:

- а) постачальницько-збутова організація;
- б) оптова база;
- в) біржа;
- г) логістична компанія;
- д) магазин.

2. Торговельно-посередницька діяльність – це

- а) посередницькі функції між виробником і споживачем;
- б) діяльність, за якої посередники виступають контрагентами в купівлі-продажу товарів; займаються вивченням попиту та пропозиції товарів і закупівлею їх у товаровиробників, оптовим продажем товарів покупцями;
- в) операцій на основі договору, в якому сторони визначили, який товар і на яких умовах (ціна, кількість, термін і т. ін.) має бути поставлений одній стороні, проте не вирішено, який зворотний товар має бути поставлений іншій;
- г) вид операцій з купівлі-продажу наявного товару з негайною оплатою і доставкою;
- д) діяльність, за якої посередники виступають контрагентами в купівлі-продажу товарів.

3. Ви плануєте стати посередником. Ким Ви не будете?

- а) юридично незалежною від виробників та споживачів стороною;

- б) підприємцем, метою якого є одержання прибутку;
- в) фірмою, зацікавленою у придбанні товарів;
- г) інвестором;
- д) організатор транспортування товарів.

4. Торговельно-посередницькі підприємства з повним циклом обслуговування – це

- а) великі оптово-посередницькі підприємства з високомеханізованим складським господарством, транспортним господарством та вантажно-розвантажувальними системами;
- б) великі оптово-посередницькі підприємства з фасувальними й таропакувальними підрозділами, транспортним господарством та вантажно-розвантажувальними системами;
- в) великі оптово-посередницькі підприємства з високомеханізованим складським господарством, фасувальними й таропакувальними підрозділами, транспортним господарством та вантажно-розвантажувальними системами;
- г) комерційні структури, створені у формі торгових будинків, магазинів фірмової торгівлі для просування на ринок продукції підприємств, що їх виробляють;
- д) правильна відповідь відсутня.

5. Маркетингові посередники

- а) допомагають своїм клієнтам знайти оптимальні способи збереження та перевезення товарів;
- б) оптимізувати споживання товарів з урахуванням ціни, обсягу і швидкості доставки, збереження якості й уникнення ризиків;
- в) реалізують власні функції;
- г) правильні відповіді а та б;
- д) правильні відповіді а, б та в.

Тема 1.4. Некомерційні елементи ринкової інфраструктури

План

- 1.4.1. Роль та види некомерційних елементів ринкової інфраструктури.
- 1.4.2. Державно-регуляторна інфраструктура.
- 1.4.3. Характеристика окремих елементів некомерційної складової ринкової інфраструктури.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Некомерційні елементи ринкової інфраструктури відіграють важливу роль у розвитку економіки та стимулюванні соціальних змін. Ці елементи не є прибуткоорієнтованими. Вони мають за мету задоволення потреб інших сфер суспільства. Основні завдання функціонування некомерційних елементів ринкової інфраструктури є такими:

1. Правове забезпечення функціонування ринкової системи, виконанню цього завдання сприяють державні органи та некомерційні правозахисні організації. Останні допомагають громадянам отримати доступ до правосуддя, забезпечують правову підтримку та просвітництво з питань прав людини.

2. Соціальна підтримка у вигляді надання різних видів соціальних послуг, зокрема таких як медична допомога, освіта, житло для бездомних, психологічна підтримка тощо.

3. Забезпечення залучення додаткових ресурсів та підтримки для виконання благодійних та соціальних проєктів, зокрема шляхом залучення волонтерів.

4. Розвиток культури та мистецтва. Некомерційні організації, такі як музеї, театри, галереї, сприяють збереженню культурної спадщини та підтримці мистецтва через організацію виставок, концертів, лекцій тощо.

5. Екологічний захист, що має за мету збереженням довкілля, зокрема за рахунок розвитку екологічно чистих технологій.

Види некомерційних елементів ринкової інфраструктури:

1. Некомерційні організації: благодійні фонди, громадські організації, громадські об'єднання, релігійні організації та інші неприбуткові структури, які діють на користь суспільства.

2. Волонтерські групи, які добровільно допомагають у реалізації соціальних, культурних або екологічних проектів без отримання фінансової винагороди.

3. Фонди і стипендії надають фінансову підтримку для соціальних, освітніх, наукових і культурних ініціатив.

4. Соціальні підприємства, що є комерційними підприємствами, які працюють на благодійних засадах, направляючи частину прибутку на соціальні проекти.

5. Культурні центри та інші культурно-освітні установи забезпечують доступ до культурних заходів, освітніх програм та інших культурних ініціатив для громадян тощо.

Некомерційні елементи ринкової інфраструктури сприяють розвитку суспільства, підвищенню якості життя громадян і формуванню позитивної соціокультурної та екологічної обстановки.

Державно-регуляторна інфраструктура (державне регулювання) – це система законів, норм, політик, організацій та інструментів, які уряд використовує для впливу на ринкову економіку та, зокрема, ринкових суб'єктів.

Метою державно-регуляторної інфраструктури є створення умов для збалансованого розвитку країни, забезпечення соціальної справедливості, захисту прав та інтересів громадян, а також підтримки стабільності і здорової конкуренції на ринках.

Основними елементами державно-регуляторної інфраструктури є:

1. ***Законодавство*** – це сукупність законів, указів, постанов, нормативних актів, що регулюють різні аспекти функціонування ринкової економіки.

2. ***Податкова політика*** пов'язана із функціонуванням системи оподаткування, включаючи різні види податків та зборів, які спрямовуються на фінансування державних програм та послуг.

3. **Економічні регулятори**, зокрема Національний банк та інші органи, які відповідають за реалізацію монетарної політики, стабільність цін, кредитні умови, банківський сектор тощо.

4. **Політика ринкового регулювання** реалізується органами, які контролюють діяльність ринкових суб'єктів, сприяють формуванню конкурентного середовища, захищають права споживачів, контролюють торгівлю тощо.

5. **Соціальна політика** у вигляді державних програм допомоги соціально вразливим групам, надання освіти, медичної допомоги, підтримки сімей тощо.

6. **Екологічна політика** реалізується державними органами, які забезпечують в умовах ринку виконання економічними суб'єктами екологічних норм, контролюють забруднення, захищають природні ресурси.

7. **Антимонополне регулювання** має за мету запобігання недобросовісній конкуренції і монополізації ринків.

8. **Ліцензування та регулювання видів ринкової діяльності** спрямовані на забезпечення дотримання стандартів та вимог до діяльності у різних сферах суспільного виробництва.

9. **Експортно-імпортна політика** має за мету забезпечити ефективний розвиток національного ринку в умовах глобалізації та інтеграції.

Складові державно-регуляторної інфраструктури мають працювати узгоджено з метою забезпечення сталого розвитку економічної системи країни.

Важливим чинником розвитку ринкових відносин є **податкова політика**, що є сукупністю заходів, які реалізуються державою для збору податків, зокрема із суб'єктів господарювання, з метою фінансування державних витрат і забезпечення розвитку економічної системи країни.

Основні елементи податкової системи є такими:

1. **Податкові ставки** різних рівнів для різних категорій платників податків і різних видів операцій.

2. **Податкові пільги та знижки** для певних груп платників податків або для певних видів діяльності з метою стимулювання розвитку чи підтримки окремих секторів економіки.

3. **Система оподаткування** визначає структуру податків та механізм їх розподілу між різними рівнями влади (загальнодержавний, регіональний, місцевий).

4. **Податкові зобов'язання** – це визначення правил та процедур щодо сплати податків економічних суб'єктів, звітування перед податковими органами.

5. **Податковий контроль**: Забезпечення контролю за дотриманням податкового законодавства, виявлення та припинення порушень.

6. **Податкові стимули** для привертання іноземних інвестицій, стимулювання експорту, розвитку інновацій тощо.

7. **Корпоративне оподаткування** передбачає встановлення правил і ставок оподаткування для корпоративних економічних суб'єктів.

8. **Податкове адміністрування** орієнтоване на збір, обробку і адміністрування податків.

Ефективна податкова політика сприяє розвитку ринкової економіки. Відповідно податкова політика повинна бути справедливою та ефективною задля забезпечення розвитку економічної системи країни в цілому.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Роль та види некомерційних елементів ринкової інфраструктури.
2. Роль та структура державно-регуляторної інфраструктури.
3. Характеристика окремих елементів некомерційної складової ринкової інфраструктури.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Характеристика правового регулювання розвитку ринкових відносин.
2. Характеристика економічних регуляторів.
3. Характеристика елементів екологічної політики в системі ринкової інфраструктури.
4. Характеристика системи антимонопольного регулювання.
5. Характеристика експортно-імпортної політики.

Завдання

Необхідно:

1. Надати порівняльну характеристику методів державної підтримки та регулювання ринкових відносин.
2. Визначити ефективність прямого державного регулювання ринкових процесів.
3. Надати порівняльну характеристику форм й методів регулювання основних сфер господарської діяльності ринкових суб'єктів.

Тема 1.5.

Фінансово-кредитна ринкова інфраструктура

План

- 1.5.1. Організаційна фінансова інфраструктура ринку.
- 1.5.2. Інструментальна фінансова інфраструктура ринку.
- 1.5.3. Сутність й основні функції деяких складових фінансово-кредитної інфраструктури.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Фінансово-кредитна ринкова інфраструктура є передумовою стабільності та розвитку фінансової системи. Вона допомагає забезпечити легкий доступ до фінансових послуг та інструментів, створює умови для ефективної торгівлі та інвестування, забезпечує прозорість та довіру учасників ринку. Розвинена фінансово-кредитна інфраструктура сприяє розвитку економіки, залученню інвестицій та зростанню бізнесу.

Фінансово-кредитна ринкова інфраструктура є комплексом установ, послуг та інструментів, які допомагають забезпечити функціонування фінансово-кредитних відносин. Ця інфраструктура забезпечує учасникам ринку доступ до фінансових продуктів, можливість здійснювати операції з цінними паперами, отримувати фінансові послуги та управляти ризиками.

Вона включає такі елементи:

1. *Фінансові установи*: банки, страхові компанії, пенсійні фонди, інвестиційні компанії та інші фінансові установи, які надають

фінансові послуги з кредитування, зберігання коштів, управління активами, страхування тощо.

2. *Фінансові ринки*: ринки цінних паперів (акцій, облігацій, деривативів), валют та інших фінансових інструментів.

3. *Кредитні рейтингові агентства* оцінюють кредитоспроможність емітентів цінних паперів, що допомагає інвесторам приймати рішення про інвестування.

4. *Клірингові та розрахункові системи* забезпечують здійснення розрахунків за торгівельними операціями та мінімізують ризики дефолту.

5. *Платіжні системи* дозволяють здійснювати грошові перекази та платежі між учасниками ринку, включаючи міжбанківські платіжні системи та системи електронних платежів.

6. *Регуляторні органи* встановлюють правила та норми діяльності на фінансових ринках та забезпечують їх відповідність законодавству. Це можуть бути урядові та недержавні організації, що забезпечують нагляд, регулювання та стандартизацію діяльності на фінансових ринках з метою захисту інвесторів та стабільності ринку.

7. *Інформаційні системи* забезпечують обмін інформацією між учасниками ринку, надають доступ до ринкових даних, аналітики та іншої необхідної інформації для прийняття рішень..

Організаційна фінансова інфраструктура ринку включає комплекс засобів, процедур, установ та інструментів, що забезпечують ефективне та безперебійне функціонування фінансових ринків. Ця інфраструктура допомагає здійснювати операції з цінними паперами, грошовими коштами, торгівлею валютами та іншими фінансовими активами.

Організаційна фінансова інфраструктура ринку включає практично всі перелічені вище елементи, зокрема фінансові установи, реєстри та клірингові установи, платіжні системи, системи урегулювання та компенсації (використовуються для здійснення розрахунків за торгівельними операціями та зменшення ризиків дефолту), інформаційні системи та технології, регуляторні органи тощо.

Інструментальна фінансова інфраструктура ринку включає різні інструменти та продукти, що використовуються на фінансових

ринках для здійснення торгівлі, управління ризиками, інвестування та здійснення фінансових операцій. Ці інструменти допомагають учасникам ринку здійснювати фінансові операції та досягати своїх цілей.

До *інструментальної фінансової інфраструктури* ринку можуть належати такі елементи:

1. *Цінні папери*: акції, облігації, векселі, депозитні сертифікати та інші фінансові інструменти, що представляють права власності або заборгованості.

2. *Деривативи*: ф'ючерси, опціони, свопи та інші похідні фінансові інструменти, що дозволяють учасникам ринку захищати свої позиції від ризиків зміни цін, курсів валют, ставок тощо.

3. *Фондові індекси* відображають рухи на фондових ринках, дозволяють інвесторам відстежувати та порівнювати динаміку різних ринків та секторів.

4. *Комодитети* – це товарні контракти, що дозволяють торгувати різними сировинними товарами, такими як нафта, золото, сільськогосподарські продукти тощо.

5. *Валютні інструменти*: валютні пари, валютні ф'ючерси та опціони, що використовуються для торгівлі та забезпечення збалансованості валютних ризиків.

6. *Інвестиційні фонди* об'єднують гроші інвесторів для спільного інвестування в різні активи та цінні папери.

7. *Електронні торгові платформи* дозволяють здійснювати торгівлю цінними паперами, валютами та іншими фінансовими інструментами.

8. Платіжні системи.

Зазначені інструменти дозволяють учасникам ефективно взаємодіяти, здійснювати різноманітні операції та управляти ризиками в умовах глобалізованої та динамічної економіки.

Серед елементів фінансово-кредитної інфраструктури важливе місце посідають комерційні банки.

Комерційні банки є фінансовими посередниками, що приймають депозити від вкладників та надають кредити клієнтам, ви-

користовуючи ці зібрані кошти. Вони також забезпечують інші фінансові послуги, такі як перекази, випуск банківських карток та інвестиційні послуги.

Основними функціями банків є:

1. *Зберігання коштів.* Банки приймають депозити від фізичних та юридичних осіб і забезпечують безпечне зберігання коштів.

2. *Кредитування.* Банки надають позики клієнтам для фінансування різних потреб, таких як підприємництво, житло, освіта тощо.

3. *Платіжні операції.* Банки обробляють грошові перекази та забезпечують проведення платежів між клієнтами та іншими банками.

4. *Валютні операції.* Банки здійснюють обмін валют та забезпечують можливість ведення операцій з іноземними валютами.

Біржі є організованими ринками, на яких відбувається торгівля цінними паперами (акціями, облігаціями), товарними контрактами та іншими фінансовими інструментами.

Основні функції бірж є такими:

1. *Торгівля цінними паперами.* Біржі забезпечують місце для купівлі-продажу акцій, облігацій та інших цінних паперів.

2. *Забезпечення прозорості.* Біржі забезпечують прозорість цін та умов торгівлі, що допомагає залучати інвесторів та забезпечує ефективність ринків.

Розрахунково-клірингові системи здійснюють обробку та розрахунки за торгівельними операціями, забезпечуючи безперерйне виконання фінансових зобов'язань учасників ринку. Розрахунково-клірингові системи перевіряють правильність операцій, забезпечують взаємну компенсацію та скорочують кількість необхідних розрахунків. Ці системи допомагають знизити ризики дефолту та недоброякісних операцій.

Кредитні рейтингові агентства оцінюють кредитоспроможність емітентів цінних паперів та державних боргів. Агентства присвоюють рейтинги, які вказують на рівень кредитного ризику та здатність емітента погасити зобов'язання. Рейтинги допомагають інвесторам приймати рішення про інвестування та визначення ризиків.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Організаційна фінансова інфраструктура ринку.
2. Інструментальна фінансова інфраструктура ринку.
3. Сутність й основні функції деяких складових фінансово-кредитної інфраструктури.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Характеристика засад державного регулювання функціонування фінансової системи.
2. Характеристика елементів організаційної фінансової інфраструктури ринку.
3. Характеристика елементів інструментальної фінансової інфраструктури ринку.

Завдання

Визначте та обґрунтуйте, правильні чи не правильні такі твердження:

1. Фінансові ресурси використовуються у фондовій та позафондовій формах.
2. Фінансова система – сукупність фінансових установ країни.
3. Фінансова система – це єдина система, тому що вона складається тільки з однієї ланки.
4. Невтручання держави в економіку – це основна риса регулюючого типу фінансової політики.
5. Фінансовий механізм для здійснення фінансових відносин, в яких безпосередньо бере участь держава, називається директивним.
6. Методи формування фінансових ресурсів не є елементом фінансового механізму.
7. Державний бюджет, позабюджетні фонди, державний кредит, фонди страхування, фондовий ринок можна об'єднати в поняття «загальнодержавні фінанси».
8. Державний кредит обслуговує формування бюджету.
9. При запозиченні коштів державою забезпеченням кредиту слугують усе майно, що знаходиться в її власності.
10. Основою державного кредиту є його зворотність і платність.

Тема 1.6. Інформаційно-аналітична ринкова інфраструктура

План

1.6.1. Роль та функції інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.

1.6.2. Засади інформаційної діяльності у межах ринкової інфраструктури.

1.6.3. Ефективність функціонування елементів інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Інформаційно-аналітична ринкова інфраструктура – це сукупність інформаційних технологій, ресурсів, інструментів і послуг, які використовуються для збору, аналізу, обробки та поширення інформації у ринковому середовищі.

Інформація як товар оцінюється її здатністю впливати на створення нового матеріального або нематеріального продукту.

Здатність легко відтворювати (копіювати, тиражувати) та можливість швидко доставити інформаційний продукт дозволяють гарантувати виробникам інформаційного товару високий рівень прибутку.

Інформаційну продукцію, яка є товарною основою інформаційного ринку, можна поділити на такі основні документальні групи:

Споживчу вартість інформаційних продуктів відрізняють тривале збереження та можливість багаторазового тиражування інформації, деактуалізація (старіння), адресність, наукоємність виробництва інформаційного (інформаційно-аналітичного) продукту.

Основна мета функціонування інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури полягає в тому, щоб забезпечити ринкових суб'єктів достовірною та актуальною інформацією для прийняття обґрунтованих рішень.

Ринок відповідно до потреб клієнтури знімає тематичні або формальні обмеження з інформації як товару. У той самий час необхідно враховувати обмеження у розповсюдженні інформації, що обу-

мовлено необхідністю додержання комерційної таємниці ринкових суб'єктів та «інформаційної екології» інформаційного простору.

Функціонування інформаційної складової ринкової інфраструктури регламентується Законом України «Про інформацію».

У ст. 39. Закону зазначено, що інформаційна продукція та інформаційні послуги громадян та юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством.

У ст. 40. *інформаційною продукцією* визначено матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій. У ст. 41 надано визначення інформаційної послуги як здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до користувачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

Критерії оцінки якості інформаційного продукту є такими:

- повна відповідність попиту конкретного користувача;
- надійність, що складається з повноти, релевантності, актуальності, новизна, достовірність тощо;
- оперативність;
- відповідність змісту інформації потребам користувача, зокрема за критеріями доступності, стислості, зрозумілості тощо.

Збір та аналіз інформації: Один з основних аспектів інформаційної діяльності – це збір і аналіз різноманітної інформації про ринок, конкурентів, споживачів та тенденції. Це допомагає зрозуміти потреби споживачів, конкурентний ландшафт і можливості для розвитку.

Як елемент ринкової інфраструктури інформаційна діяльність спрямована на забезпечення досягнення результативності, конкурентоспроможності та зростання на ринку. Основні засади такої діяльності є такими:

1. *Цілеспрямованість*. Інформаційна діяльність має бути орієнтована на досягнення конкретної цілі, зокрема приваблення клієнтів, розвиток продукту тощо.

2. *Персоналізація.* Значущим є врахування індивідуальних потреб і побажань клієнтів шляхом створення індивідуальних пропозицій.

3. *Моніторинг особливостей та результатів функціонування конкурентів* допомагає виявляти їхні сильні та слабкі місця, стратегії тощо. Це є передумовою формування та розвитку власних конкурентних переваг.

4. *Застосування сучасних інформаційних технологій*, зокрема аналітичних платформ, штучного інтелекту, автоматизованих систем маркетингу, сприяє ефективній обробці, зберіганню та аналізу інформації.

5. *Ефективна комунікація зі споживачами.*

6. *Стратегічне планування діяльності.*

7. *Контроль результатів реалізації стратегічних планів.*

8. *Обов'язковість дотримання норм та стандартів з охорони персональних даних та конфіденційності.*

Елементами інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури є:

1. Ринкові дослідження, що мають за мету збір та аналіз інформації про різні складові ринкової кон'юнктури.

2. Фінансова інформація: доступ до фінансових звітів компаній, даних про ціни акцій, валютних курсів тощо.

3. Аналітичні платформи: на яких розміщено спеціалізовані інструменти для аналізу даних, моделювання ринкових ситуацій і прогнозування.

4. Інформаційні агентства, що забезпечують доступ до новин, пов'язаних з ринками, компаніями та іншими економічними факторами.

5. Аналітична підтримка у вигляді консультування інвесторів, трейдерів та інших зацікавлених сторін з питань аналізу ринкових умов.

6. Візуалізація даних за допомогою графіків, діаграм, таблиць та інших візуальних елементів.

Розрізняють основні елементи ринку інформації:

1. Сегмент ділової інформації охоплює біржову й фінансову інформацію (про котирування цінних паперів, валютні курси, облікові ставки, ринок товарів та капіталу, інвестиції, ціни), економічну та іншу соціальну статистичну інформацію (демографічну, інформацію у вигляді рядів динаміки соціальних даних тощо), комерційну інформацію (про компанії, напрями їхньої діяльності, товари, ціни, фінансовий стан, керівництво тощо), ділові новини в галузі економіки та бізнесу,

2. Сегмент професійно орієнтованої інформації (науково-технічної та спеціальної).

3. Сегмент масової споживчої інформації охоплює новини та літературу, споживчу та розважальну інформацію.

4. Сегмент освітянської інформації.

5. Сегмент інформаційних систем і засобів включає програмні продукти, технічні засоби, розробка і супровід інформаційних систем і технологій, консультування з різних аспектів інформаційної індустрії тощо.

Ефективність функціонування елементів інформаційно-аналітичної складової ринкової інфраструктури визначають такі чинники:

1. Якість та обсяг інформаційних продуктів.

2. Якість та відповідність аналітичних інструментів і методів.

3. Наявність та характеристики технологічної інфраструктури.

4. Ступінь автоматизації процесів: Впровадження автоматизованих процесів допомагає знизити витрати на обробку даних та звітність, а також уникнути людських помилок.

5. Ресурси та команда:

6. Стратегічна орієнтація.

7. Ступінь адаптації до змін тощо.

Основні показники, які можуть бути використані для оцінки економічної ефективності функціонування елементів інформаційної інфраструктури, є такими:

1. Загальні витрати на формування, функціонування та розвиток інформаційної складової ринкової інфраструктури, включа-

ючи обладнання, програмне забезпечення, підтримку, адміністрування тощо.

2. Вартість забезпечення безпеки та захисту даних.

3. Витрати на виробництво інформаційних продуктів:

4. Дохід, отриманий в результаті використання інформаційної інфраструктури.

5. Прибуток, отриманий від використання інформаційної інфраструктури.

Важливими є зменшення часу відгуку на запити клієнтів, підвищення рівня задоволеності клієнтів через більш ефективний доступ до інформації, вартість зменшення ризику тощо:

Інформаційні продукти під час їхнього використання клієнтом запезпечують йому конкретну економічну вигоду, яку можна виміряти як різницю між величиною економічної вигоди та сумою плати за послугу.

Високий рівень ефективності функціонування інформаційної складової ринкової інфраструктури забезпечує здатність ринкових суб'єктів адаптуватися до змін на ринку, приймати обґрунтовані рішення та досягати конкурентних переваг.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Роль та функції інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.

2. Елементи інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.

3. Засади інформаційної діяльності у межах ринкової інфраструктури.

4. Ефективність функціонування елементів інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання.

Необхідно самостійно обрати елемент інформаційної складової інфраструктури ринку. Надати його детальну характеристику.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Характеристики інформаційного суспільства.
2. Характеристика інформаційно-консультаційних структур.
3. Характеристики інформаційних продуктів.
4. Характеристика постачальників інформаційних послуг.
5. Характеристика сучасного етапу розвитку інформаційної складової ринкової інфраструктури в Україні.

Тема 1.7. Інфраструктура ринку праці

План

- 1.7.1. Роль та функції елементів інфраструктури ринку праці.
- 1.7.2. Характеристика основних елементів інфраструктури ринку праці.
- 1.7.3. Державні та недержавні служби зайнятості.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Найголовнішою тенденцією сучасного етапу економічного розвитку є підвищення ролі трудових ресурсів або людського капіталу.

Трудові ресурси – це наявне працездатне населення на певній території країни, яке володіє фізичними і розумовими здібностями та знаннями, необхідними для здійснення корисної діяльності.

Відтворення трудових ресурсів – це процес постійного і безперервного поновлення працездатного населення. Сучасний тип відтворення обумовлений соціально-економічним розвитком, зростанням рівня життя, досягненнями медицини тощо.

Ринок праці – це суспільно-економічна форма руху трудових ресурсів, яка є складною системою відносин у сфері формування і реалізації попиту та пропозиції робочої сили між робітниками, бізнес-структурами та державою.

Ринок праці виконує важливі функції регулювання ринкової економіки:

1. Залучає до економічної діяльності працездатне населення.

2. Забезпечує розподіл робочої сили між галузями виробництва.
3. Сприяє відтворенню робочої сили, підвищенню якості роботи працівників.
4. Мотивує людей до праці.

Інфраструктура ринку праці – це сукупність організацій, установ, послуг, ресурсів та систем, які забезпечують ефективне функціонування ринку праці та сприяють взаємодії між роботодавцями, працівниками та іншими учасниками цього ринку. Фактично, це система, що підтримує процеси пошуку роботи, набуття навичок, влаштування на роботу, управління кар'єрним ростом тощо.

Елементами інфраструктури ринку праці можуть бути:

1. Правове забезпечення сфери праці, що визначає права та обов'язки роботодавців і працівників, інші засади трудової діяльності.
2. Простори, зокрема платформи пошуку роботи, кар'єрні портали, де роботодавці інформують про наявні вакансії, а трудові ресурси шукають робочі місця.
3. Освітні установи, зокрема вищі та середні спеціальні навчальні заклади, навчальні програми, курси, тренінги тощо, які здійснюють підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку трудових ресурсів.
4. Професійні організації, які об'єднують фахівців в певних галузях і надають підтримку, навчання та можливості професійного спілкування.
5. Державні або недержавні центри зайнятості, рекрутингові агенства, які допомагають трудовим ресурсам знайти роботу, а роботодавцям – працівників.
6. Системи соціального захисту та страхування, які забезпечують захист прав працівників та надають підтримку в разі безробіття, хвороби чи інших життєвих обставин.
7. Послуги та програми, що сприяють розвитку кар'єри, включаючи кар'єрну консультацію, планування кар'єри та можливості навчання.

8. Аналітичні інструменти, які надають інформацію про ринок праці, тенденції та прогнози, допомагаючи сторонам приймати обґрунтовані рішення.

9. Мережа соціальних контактів, зокрема професійні мережі, наприклад LinkedIn, які допомагають побудувати і підтримувати професійні зв'язки.

10. Система консультування, зокрема з правових аспектів працевлаштування, питань оподаткування тощо.

Зазначені основні елементи разом сприяють збалансованому та ефективному функціонуванню ринку праці, допомагаючи роботодавцям та працівникам знаходити взаємовигідні рішення відповідно до їх потреб і можливостей.

Державні та недержавні служби зайнятості є ключовими елементами інфраструктури ринку праці. Вони надають різні послуги та підтримку працівників і роботодавців з метою забезпечення процесу працевлаштування та відповідно досягнення більш ефективної функції ринку праці.

Державні служби зайнятості є державними установами, які надають підтримку працівникам та роботодавцям на рівні національного або регіонального управління. Основні функції державних служб зайнятості є такими:

1. Надання трудовим ресурсам інформації про вакансії, підготовка резюме, консультування з питань кар'єрного розвитку, навчання та підвищення кваліфікації тощо.

2. Пошук робітників, допомога роботодавцям у підборі кандидатів, організація ярмарок вакансій, консультування щодо законодавства про працю.

3. Реєстрація осіб, які шукають роботу, та надання їм підтримки у пошуку.

4. Підтримка мобільності у вигляді реалізації програм та надання послуг для громадян, які шукають роботу у інших регіонах або країнах.

5. Надання соціальної підтримки безробітним особам, включаючи виплату допомоги у випадку безробіття.

6. Збір та аналіз даних про стан ринку праці, прогнозування тенденцій та розробка політики зайнятості.

Недержавні служби зайнятості – це приватні підприємства або організації, які надають послуги з підбору персоналу та кар'єрного консультування на комерційних засадах. Основні функції недержавних служб зайнятості є такими:

1. Підбір вакансій для клієнтів залежно від їхніх навичок, досвіду та бажань.

2. Надання консультацій та підготовка клієнтів до співбесід з роботодавцями.

3. Допомога клієнтам у визначенні кар'єрних цілей та розробці стратегії кар'єрного росту.

4. Програми підвищення кваліфікації та навчання для покращення навичок працівників.

5. Послуги роботодавцям з підбору персоналу, організації тренінгів, семінарів та програм розвитку персоналу.

Служби зайнятості сприяють покращенню взаємодії між працівниками та роботодавцями.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Роль та функції елементів інфраструктури ринку праці.
2. Характеристика основних елементів інфраструктури ринку праці.
3. Державні служби зайнятості.
4. Недержавні служби зайнятості.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Особливості формування інфраструктури ринку праці в Україні.
2. Особливості формування попиту на ринку праці.
3. Особливості формування пропозиції на ринку праці.
4. Характеристика методів державного регулювання ринку праці в Україні.

Тестові завдання

1. Елементами ринку праці є:
 - а) товар – робоча сила;
 - б) попит;
 - в) пропозиція;
 - г) конкуренція.

2. Основними функціями служби зайнятості в Україні є:
 - а) допомога безробітним, яка включає матеріальну підтримку на період безробіття;
 - б) аналіз ринку праці та інформування про його стан;
 - в) формування прогностичних розрахунків рівня безробіття;
 - г) розвиток малого та середнього бізнесу для забезпечення роботою безробітних.

3. Основною метою державних і регіональних програм зайнятості є:
 - а) сприяння зайнятості населення, задоволення потреб громадян України у праці;
 - б) сприяння активізації працездатного населення країни;
 - в) усе зазначене;
 - г) жодної правильної відповіді з наведених.

4. Ринки праці можуть існувати у вигляді:
 - а) відкритого;
 - б) прихованого;
 - в) прозорого;
 - г) чорного.

5. Характерною рисою японської моделі ринку праці є:
 - а) децентралізація законодавства про зайнятість;
 - б) активна політика держави щодо зайнятості;
 - в) розвинута система перепідготовки;
 - г) система трудових відносин, яка ґрунтується на припиненні «довічного найму».

6. Характерною рисою американської моделі ринку праці є:
- а) децентралізація законодавства про зайнятість;
 - б) активна політика держави щодо зайнятості;
 - в) розвинута система перепідготовки;
 - г) різнопланова система соціального захисту.
7. До активних заходів регулювання зайнятості належать:
- а) профорієнтація населення;
 - б) створення додаткових та нових робочих місць;
 - в) організація громадських робіт;
 - г) виплата допомоги по безробіттю.

Тема 1.8. Матеріальні елементи ринкової інфраструктури

План

- 1.8.1. Роль виробництва у забезпеченні функціонування ринку.
- 1.8.2. Транспортна інфраструктура.
- 1.8.3. Логістичні операції.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Виробництво є однією з основних складових економічної системи. Ринок може існувати лише за умови наявності товарів, які відповідають потребам споживачів, і це досягається через процес виробництва.

Основні ролі матеріального виробництва в забезпеченні функціонування ринку включають:

1. Виробництво товарів як процес перетворення вхідних ресурсів, таких як сировина, праця, капітал і технології, на готові товари, які можуть бути реалізовані на ринку для задоволення попиту.
2. Забезпечення асортименту.
3. Створення робочих місць.
4. Виробництво є джерелом прибутку бізнес-структур, який може бути реінвестований для подальшого розвитку, досліджень та вдосконалення продукції.

5. Вплив на ринкові ціни.

6. Виробництво сприяє розвитку нових технологій, методів та підходів до виробництва.

Таким чином виробництво впливає на ринкову динаміку, конкурентоспроможність, зайнятість та забезпечення споживачів товарами тощо.

Існує безліч ознак класифікації виробничих структур, зокрема галузь діяльності, розмір, ринкова присутність тощо. Процес класифікації може бути корисним для аналізу ринку, розробки маркетингових стратегій, розуміння загальної динаміки галузі тощо. Наприклад існують такі класифікації:

1. Виробники можуть бути класифіковані за галуззю, в якій вони діють, такі як промисловість, транспорт, сільське господарство тощо.

2. Виробники можуть бути поділені за розміром структури: малі, середні, великі. Це може впливати на їхні ринкові можливості, ресурси та стратегії.

3. Виробники можуть бути класифіковані за регіонами або країнами, де вони розташовані.

4. Виробники можуть бути поділені за рівнем технологічної складності їхніх виробничих процесів та продуктів.

5. Виробники можуть бути класифіковані за типами споживачів, на яких вони спрямовані: населення, бізнес-клієнти, уряд тощо.

6. Виробники можуть бути класифіковані за типами продуктів, які вони виготовляють.

7. Виробники можуть бути класифіковані за стратегією ціноутворення, таку як виробники преміум-класу, середнього класу або бюджетного сегменту.

8. Виробники можуть бути поділені за рівнем інноваційності в їхніх продуктах і процесах.

9. Виробники можуть бути класифіковані за тим, наскільки широкий діапазон діяльності вони включають в свою власну структуру, включаючи постачання сировини, виробництво, дистрибуцію тощо.

Ринкові посередники також можуть бути виробниками послуг, зокрема матеріального характеру.

Так підприємства оптової торгівлі можуть надавати послуги із сортування, пакування та перепакуння штучних товарів,

розфасування сипучих товарів у меншу тару, розлив у менший посуд рідинних товарів, розподіл на дрібні партії або на кілька частин матеріалів у рулонах, барабанах тощо, виготовлення тари, нестандартних виробів, збирання й налагодження складної техніки, монтаж обладнання тощо.

Транспортна інфраструктура включає в себе всі види фізичних об'єктів та систем, необхідних для забезпечення руху людей, вантажів та інформації з одного місця до іншого. Цей елемент ринкової інфраструктури підтримує мобільність, торгівлю, спілкування та розвиток економіки. Транспортна інфраструктура може включати такі елементи:

1. *Дорожня інфраструктура* включає автомобільні дороги, мости, тунелі, переїзди тощо. Ця інфраструктура забезпечує рух автотранспортних засобів.

2. *Морська та річкова інфраструктура* включає морські та річкові порти, пристані, доки, моли, фарватери та інші гідротехнічні споруди для обслуговування водного транспорту та перевезення товарів водними шляхами.

3. *Інфраструктура повітряного транспорту* включає аеропорти, злітно-посадкові смуги, термінали, контрольно-пропускні пункти, зони обробки багажу тощо.

4. *Залізнична інфраструктура* включає залізничні колії, залізничні станції, перегони, вокзали, розв'язки та інші елементи для забезпечення руху поїздів.

5. *Інфраструктура трубопровідного транспорту* включає газо- та нафтопроводи, насосні та компресорні станції, контрольно-вимірвальні пункти тощо, які забезпечують транспортування газу, нафти, хімічних сполук тощо.

6. *Транзитна інфраструктура* охоплює транзитні маршрути, коридори та сполучення різних видів транспорту з метою підвищення ефективності процесу транспортування в цілому.

7. *Інформаційна інфраструктура* включає системи та технології для збору, обробки та передачі інформації, такі як GPS, системи телекомунікацій, системи керування рухом тощо. Вона грає важливу роль у забезпеченні безпеки та ефективності руху транспортних засобів.

8. *Громадський транспорт* включає метро, автобуси, трамваї, тролейбуси, маршрутки тощо, які забезпечують пересування пасажирів у містах та регіонах.

Всі елементи транспортної інфраструктури мають за мету забезпечити безпечний, швидкий та ефективний рух вантажів та пасажирів. Оптимально розвинута транспортна інфраструктура необхідна для функціонування ринку.

Логістика – це комплексна діяльність, яка включає планування, організацію, керування та контроль руху товарів, послуг, інформації та ресурсів від постачальників до споживачів з метою задоволення їх потреб. Основна мета логістики полягає в забезпеченні ефективності та оптимальності ланцюга постачання та дистрибуції, щоб зменшити витрати, підвищити якість обслуговування, збільшити прибутковість та конкурентоспроможність підприємства.

У сучасних умовах існують різні сфери логістики, зокрема матеріальна (організація руху сировини та матеріалів від постачальників до виробників, оптимізація запасів на складах, планування потреб в матеріалах), виробнича (керування рухом матеріалів та компонентів в межах виробничого процесу, забезпечення потреб виробництва належним чином), розподільча логістика (організація та керування рухом готової продукції від виробників до роздрібних магазинів або споживачів), зворотна (управління рухом товарів та матеріалів назад по ланцюгу постачання, включаючи ремонт, переробку та утилізацію), інформаційна (організація потоку інформації вздовж всього логістичного ланцюга для забезпечення вчасного та точного прийняття рішень), фінансова (управління фінансовими потоками в логістичному ланцюзі, включаючи оплату постачальників, управління вартістю запасів, оптимізацію витрат), логістика обслуговування (забезпечення клієнтів якісним та швидким обслуговуванням, включаючи відповідь на запитання, вирішення проблем та підтримку).

Важливу роль у функціонуванні ринку відіграють *логістичні посередники* (логістичні оператори) – компанії або організації, які виконують послуги з організації, координації та оптимізації логістичних процесів для клієнтів. Їхня роль полягає у виконанні різних

функцій, що допомагають забезпечити ефективний рух товарів від виробника до споживача.

Серед основних функцій логістичних посередників є такі:

1. Зберігання та складування.
2. Транспортування та доставка.
3. Інвентаризація та управління запасами.
4. Упаковка та маркування.
5. Митні послуги.
6. Інформаційна підтримка.

Зазначені функції можуть здійснюватися на різних етапах логістичного ланцюга, включаючи постачання, виробництво, розподіл та доставку.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Роль виробництва у забезпеченні функціонування ринку
2. Обґрунтуйте роль транспортних посередників.
3. Характеристика різних видів транспортних посередників.
4. Суть логістики, її завдання.
5. Місце логістики в сучасній ринковій інфраструктурі.
6. Види логістики та їх характеристика.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Обґрунтуйте, який вид транспорту є найбільш ефективним в процесі ринкової діяльності.
2. Ефективність впровадження логістики в діяльність ринкового суб'єкта.
3. Перспективи розвитку логістики в Україні та світі.

Завдання

Оберіть певний товар. Класифікуйте його цільовий ринок за такими ознаками: спеціалізація, територіальна ознака, механізм функціонування, ступінь монополізації, рівень насиченості, ступінь відкритості, активність ринкових процесів. Обґрунтуйте перелік та характеристики основних інститутів ринкової інфраструктури ринку обраного товару.

Тестові завдання

1. Комплекс підприємств, які забезпечують будівництво доріг, каналів, мостів, аеродромів, зв'язок – це

- а) соціальна інфраструктура;
- б) інфраструктура ринку праці;
- в) організаційно-технічна інфраструктура;
- г) виробнича інфраструктура.

2. До інфраструктури товарного ринку не належить

- а) опціонна біржа;
- б) біржа номінального товару;
- в) ф'ючерсна біржа;
- г) біржа реального товару.

3. До функцій фондової біржі не належить

- а) індексація заробітної плати дилерів;
- б) індикація фондового ринку;
- в) підтримка професіоналізму торговельних і фінансових посередників;
- г) визначення цін на цінні папери

4. До недержавних організацій, що забезпечують формування та розвиток ринку праці, належить

- а) профспілка підприємства;
- б) кадрова агенція;
- в) служба зайнятості;
- г) відділ кадрів.

5. До інфраструктури товарного ринку не належать

- а) брокерські компанії;
- б) торговельні дома;
- в) товарні біржі;
- г) ломбарди.

6. Посередник, що займається купівлею-продажем товару і діє від свого імені та за свій рахунок, – це

- а) брокер;
- б) менеджер;
- в) дилер;
- г) маркетолог.

7. Надання господарського майна в тимчасове користування на умовах платності, строковості та зворотності вважається

- а) страховою угодою;
- б) кредитною угодою;
- в) лізинговою угодою;
- г) біржовою угодою.

8. Установіть відповідність між конкретними фінансово-кредитними посередниками та їхніми функціями.

- 1. Страхова компанія.
 - 2. Ломбард.
 - 3. Факторингова компанія.
 - 4. Кредитна спілка.
- а) кредитування фізичних осіб під заставу на певний строк під відсоток та надання супутніх послуг;
 - б) представницька діяльність з управління майном;
 - в) облік стану дебіторської заборгованості й робота з дебіторами щодо своєчасної оплати;
 - г) захист майнових інтересів фізичних і юридичних осіб та усунення несприятливих наслідків від настання певних подій;
 - д) задоволення потреб членів організації у взаємному кредитуванні та надання фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків.

9. PR компанії – це

- а) рекламні компанії;
- б) компанії, що організують PR події;

- в) компанії, що виконують функції дослідження громадської думки, «розкрутки» бренду, організації ефективних комунікацій з цільовими аудиторіями, розробки моделі антикризового управління, створення довірчих контактів з інститутами ЗМІ, організації креативної діяльності;
- г) компанії, що займаються іміджмейкінгом та брендингом.

Тема 1.9.

Менеджмент інфраструктури міжнародного ринку

План

- 1.9.1. Роль та функції інфраструктури міжнародного ринку.
- 1.9.2. Характеристика елементів інфраструктури міжнародного ринку.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Міжнародні економічні відносини – це система господарських відносин між суб'єктами з різних країн, які формуються на основі міжнародного поділу праці.

Єдність елементів міжнародної економіки проявляється, у тому числі, через розвиток міжнародних економічних відносин між її основними суб'єктами, їх системність та взаємозалежність.

Сучасні міжнародні економічні відносини характеризуються невизначеністю розвитку, впливом глобальної світової рецесії та складністю взаємозв'язків між основними акторами міжнародних відносин.

Складність міжнародних економічних відносин обумовлена також наявністю різних сфер їх прояву, а саме: виробництво, розподіл, обмін та споживання.

В системі міжнародної економіки міжнародний ринок відіграє ключову роль у здійсненні торгівлі товарами, послугами та капіталом між різними країнами світу.

Міжнародний ринок – це глобальна система, де учасники з різних країн світу купують та продають товари, послуги, капітал та інші фінансові інструменти. Він не має фізичного місця розташування, але являє собою мережу електронних торговельних платформ, бірж, бан-

ківських систем та інших механізмів, що забезпечують обмін та розрахунки між учасниками.

Основні функції міжнародного ринку є такими:

1. Забезпечення обміну товарами та послугами, які необхідні для задоволення потреб населення та розвитку економіки різних країн. Це стимулює спеціалізацію країн у виробництві тих товарів, в яких вони мають конкурентні переваги.

2. Залучення іноземних інвестицій, що сприяє розвитку різних сфер економіки.

3. Забезпечення доступу до капіталу для фінансування своїх проєктів та діяльності різних економічних суб'єктів.

4. Зниження ризиків, що пов'язані зі зміною валютних курсів, торговельних обмежень та інших факторів, завдяки використанню фінансових інструментів.

5. Сприяння економічному зростанню та розвитку країн шляхом розширення доступу до нових ринків та технологій.

Таким чином, міжнародний ринок виконує важливу функцію у забезпеченні глобальної економічної інтеграції та сприяє розвитку міжнародної торгівлі та інвестицій. Він дозволяє країнам співпрацювати та взаємодіяти, що сприяє зростанню економіки та підвищенню рівня життя населення. Для цього має бути розвинена його інфраструктура.

Інфраструктура міжнародного ринку відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного та безперебійного функціонування світової економіки. Вона включає в себе всі матеріальні та нематеріальні засоби, необхідні для здійснення торгівлі та інвестицій між країнами.

Основні *функції інфраструктури міжнародного ринку*:

1. Забезпечення логістичної підтримки.

2. Підтримка інформаційних потоків.

3. Забезпечення фінансових послуг.

4. Підтримка правової та регуляторної бази ведення торгівлі та здійснення інвестицій між країнами (угоди про вільну торгівлю, податкові угоди, захист прав інтелектуальної власності тощо).

5. Сприяння розвитку капіталу та технологій.

6. Сприяння соціальному розвитку.

Відповідно серед *основних ключових елементів інфраструктури міжнародного ринку* є такі:

1. Світова транспортна мережа.
2. Телекомунікаційна інфраструктура (мережі зв'язку, супутникові зв'язки та інтернет тощо).
3. Фінансова інфраструктура (міжнародні банки, платіжні системи, біржі та фінансові інструменти тощо).
4. Торговельні договори та угоди.
5. Податки та митні тарифи.
6. Логістичні компанії.
7. Інформаційні ресурси та аналітика.
8. Юридична та регуляторна система (норми міжнародного права, договори тощо).
9. Експортно-імпортна інфраструктура.

Система зазначених елементів створює сприятливі умови розвитку міжнародної торгівлі.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Сутність та роль інфраструктури міжнародного ринку.
2. Функції інфраструктури міжнародного ринку.
3. Склад елементів інфраструктури міжнародного ринку.
4. Характеристика елементів інфраструктури міжнародного ринку.

Зміст завдання самостійної роботи

1. Історичні етапи формування та розвитку міжнародного ринку.
2. Глобалізація як закономірність розвитку міжнародного ринку.
3. Класифікація країн-учасників міжнародного ринку.

Завдання

Визначте роль окремих країн у розвитку міжнародного ринку та його інфраструктури.

Охарактеризуйте сучасний стан міжнародного ринку.

Розділ 2

РИНОК ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ

ТЕМА 2.1.

Особливості розвитку ринку юридичних послуг в Україні

План

- 2.1.1. Поняття та становлення ринку юридичних послуг в Україні.
- 2.1.2. Поняття послуги як правової категорії.
- 2.1.3. Поняття юридичної послуги як правової категорії.
- 2.1.4. Співвідношення поняття «юридична послуга» та «правова послуга».
- 2.1.5. Порівняння характеристика ринку юридичних послуг України та Сполучених Штатів Америки.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Становлення та розвиток ринку юридичних послуг в Україні є однією з головних ознак цивілізованого суспільства та соціальної, правової держави, вирішальною передумовою стабільності правової та економічної систем на загальнонаціональному та регіональному рівнях, гарантує узгодженість реформ в Україні з наявними стратегічними пріоритетами.

Цікавою тенденцією ринку юридичних послуг в Україні та світу є зростання попиту на комплексні послуги із супроводу проектів не лише у правовій, але й в аудиторській та навіть в управлінській площині.

На даний час на ринку юридичних послуг України активно створюються нові організаційні структури: адвокатські фірми, бюро, приватні юридичні фірми та нотаріуси.

Однак, з року в рік на ринку юридичних послуг України з'являється щось нове. Наприклад, з 2019 р. набувають все більшої актуальності питання щодо роботи юристів з новими технологіями, віртуальними грошима і автоматизованими системами. Це лише один з головних трендів сучасного юридичного бізнесу, але він чітко показує те, що гравцям на ринку, а тим більше його лідерам, потрібно завжди бути на крок попереду, робити щось, до чого колеги лише приглядаються. І як це не парадоксально, але, мабуть, це і є перший і головний тренд юридичного бізнесу в Україні – бути повсякчас готовим до інновацій. Це стосується геть усього – введення в роботу персоналу автоматизованого документообігу, пошук нових практик, які відповідають новим потребам клієнтів, постійна увага до нових маркетингових течій на ринку тощо. Наприклад, Government relations (GR) – це вибудовування системи комунікацій і налагодження взаємовідносин між бізнесом та органами державної влади на всіх її рівнях. Найчастіше government relations використовують у випадках, коли існує необхідність інформування органів державної влади про певну проблему або недосконалість, яка потребує врегулювання.

Важливим в організації і функціонуванні government relations є GR-менеджмент. Він передбачає здатність до аналітичної та організаційної роботи і достатні знання в суспільно-політичних та соціально-економічних процесах.

До основних функцій GR-менеджерів відносять створення сприятливого іміджу компанії, вирішення питань з державними органами, формування зрозумілих відносин з регулюючими органами, вирішення питань у судових інстанціях та питань, пов'язаних з виходом на нові ринки.

В сучасній економіці економічна і соціальна значимість юридичних послуг постійно зростає, що зумовлено їх активним і постійно зростаючим впливом на різні сторони господарської та соціальної діяльності суспільства. DATA SMART Аналіз – щоквартальний зріз юридичного ринку, побудований на основі даних з відкритих джерел, інформації з Національного юридичного каталогу Liga: BOOK і думок експертів. Він створюється в ЛІГА: ЗАКОН та є частиною щоріч-

ного рейтингу юридичного ринку LIGA ZAKON AWARDS, оцінює всі вагомі чинники, що впливають на розвиток ринку юридичних послуг України та динаміку зростання його гравців.

Отже, під ринком юридичних послуг розуміють сукупність трансакцій, об'єктом яких є певні професійні дії фахівців у сфері права з надання на комерційній основі юридичної допомоги фізичним або юридичним особам.

В юридичній науці визначення «послуги» як правової категорії викликає великий інтерес. Після прийняття Цивільного кодексу України 16.01.2003 р. послуга отримала законодавчу регламентацію. Однак, незважаючи на прогресивний характер такого кроку, слід зазначити, що законодавець так і не спромігся надати визначення послуги, що, безумовно, негативно впливає на розвиток цивільно-правових відносин. Хоча визнання послуги як самостійного об'єкта цивільних прав (ст. 177 ЦК) і введення в дію глави «Послуги. Загальні положення», яка виступає загальною нормою для всіх договорів про надання послуг, є позитивним моментом.

Наукові трактування категорії «послуга» різняться між собою. У науці можна виділити такі основні концепції вчення про послуги:

- визначення сутності послуги через діяльність (Ю. Калмиков, Д. Степанов, О. Тихомиров, О. Коршакова, О. Капля та ін.), тобто послуга являє собою певну діяльність, що не пов'язується зі створенням матеріальної речі, матеріального блага, проте сама по собі породжує відповідне благо, що має споживчу вартість і внаслідок цього стає об'єктом цивільного права або просто дію, спрямовану на задоволення господарської потреби суб'єкта.

- визначення послуги як результату діяльності або ж розкриття її сутності через результат діяльності (С. Алексєєв, Н. Індюков, М. Кротов, О. Красавчиков тощо). Послуга в такому сенсі набуває значення продукту корисної дії або діяльності. Ця позиція набула значного поширення в юридичній літературі;

- визначення послуги через нерозривне поєднання діяльності та її результату (Т. Левшина, Ю. Романець). За цією концепцією послуга розглядається як сукупність діяльності та результату, оскільки

ки результату передує діяльність, що не має матеріального втілення і складає разом із ним неподільне ціле. Ю. Романець стверджує, що особливістю послуг, яка відрізняє їх від підряду, є те, що робота, виконувана за договором оплатного надання послуг, спрямована на досягнення результату, а останній є невід'ємним від процесу роботи;

– аналіз сутності послуг як різновиду блага через аналіз сутності блага (В. Борисова). За визначенням В. Борисової, послуга – це певне матеріальне благо, яке надається однією особою (виконавцем) та споживається іншою особою (замовником) у процесі вчинення виконавцем певних дій або здійснення певної діяльності.

Для представників юридичної науки є особливо характерним визначення юридичної послуги шляхом вказівки на її мету. При цьому, зазначимо, що у юридичній літературі немає єдиної позиції щодо визначення поняття «юридичні послуги».

Отже, під *послугою* як правовою категорією можна розуміти корисну дію або діяльність, яка надається виконавцем послуги замовникові послуги та споживається в процесі її надання, а також, є нематеріальною за своєю природою.

Юридичними послугами, у цілому, можна вважати допомогу у сфері оформлення юридичних документів, захист інтересів суб'єктів права у судах, реєстрація підприємницької діяльності, а також перевірка діяльності підприємств щодо її відповідності чинному законодавству. Юридичні послуги можуть надаватися у будь-якій сфері, яка вимагає певної процедури. Саме тому юридичні послуги – це сукупність дій або діяльність фахівця у сфері права, спрямована на задоволення потреб юридичного характеру замовника послуги, яка споживається у процесі її надання і є невіддільною від особи виконавця.

Американський ринок юридичних послуг вважається одним із найбільш розвинених.

Нещодавні дослідження свідчать про те, що юридичний ринок США є динамічним та швидко мінливим, завдяки поєднанню технологій і глобалізації. Кібербезпека і конфіденційність даних, а також засоби масової інформації і технології є двома «гарячими точками» на юридичному ринку.

Сектор юридичних послуг охоплює професіоналів з різних областей права, включаючи сімейне, податкове, кримінальне, торговельне право, питання банкрутства і юридичної допомоги. Попит на юридичні послуги зростає і спадає разом з коливаннями в об'ємах судових справ, цивільних і комерційних юридичних операцій. Комерційний успіх фірм багато в чому обумовлений репутацією їх партнерів і їх надійністю, що, поряд з солідним послужним списком, краще за все приваблює нових клієнтів.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Етапи становлення ринку юридичних послуг в Україні.
2. Поняття послуги як правової категорії.
3. Поняття «юридична послуга» та «правова послуга».
4. Ринок юридичних послуг в Україні та в світі на прикладі Німеччини, Великої Британії.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення.

1. Загальна характеристика юридичних послуг «pro bono».
2. Актуальні питання, що стосуються юридичних послуг online.
3. Охарактеризувати поняття «юридичні практики» та «юридичні індустрії»
4. Сучасні наукові погляди на сутність розуміння юридичних послуг.
5. Напрями або види юридичних послуг.
6. Основна мета та завдання юридичних послуг.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Дайте визначення та розкрийте особливості організації консультативної діяльності корпоративних юристів.
2. Охарактеризуйте адвокатську консультативну діяльність.
3. Поняття юридичного консалтингу. Які специфічні організаційні форми юридичного бізнесу Вам відомі?
4. Особливості партнерських відносин у юридичному бізнесі.

5. За яким критерієм послуги юридичного консалтингу розділяються на послуги-функції та послуги консультативного типу?

Завдання 3. Обґрунтуйте вирішення зазначеної ситуації.

Ситуація 1. Оберіть, що з переліку замовник юридичної консультації вважає перевагою діяльності внутрішнього (корпоративного) юриста у порівнянні з юридичним консалтингом:

- а) професійність юридичного консультування;
- б) здатність до інноваційних рішень;
- в) знання методів юридичного консультування;
- г) забезпечення конфіденційності;
- д) заінтересованість в успішному розв'язанні правової проблеми замовника.

Ситуація 2. Специфічною перевагою партнерства як організації юридичного бізнесу є:

- а) можливість залучення та використання фінансових ресурсів партнерів;
- б) розподіл між партнерами ризиків та відповідальності;
- в) компетентне прийняття рішень;
- г) можливість залучення та використання інтелектуальних ресурсів партнерів;
- д) націленість партнерів на успіх бізнесу.

Ситуація 3. Головною відмінністю юридичного консультування від юридичного консалтингу є:

- а) високий рівень професіоналізму;
- б) спрямованість на досягнення певного правового результату;
- в) послідовність дій та заходів, які здійснює юрист у процесі юридичного консультування;
- г) необхідність володіння юристом знаннями та навичками надання юридичних консультацій;
- д) професійна допомога у розв'язанні проблем суб'єктів господарювання з метою досягнення правового результату та отримання прибутку.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Ринок юридичних послуг та його головні характеристики.
2. Головні категорії персоналу юридичної фірми.
3. Грошові фонди підприємства. Які джерела їх формування?
4. Оборотний капітал юридичної фірми, його види та особливості обороту.
5. Дохід та прибуток юридичного консалтингу.

Тема 2.2 Юридичне консультування

План

- 2.2.1. Юридичне консультування як напрям юридичної практичної діяльності.
- 2.2.2. Консультаційна діяльність корпоративних (in-house) юристів: характеристики та організація. Адвокатська консультаційна діяльність.
- 2.2.3. Юридичний консалтинг: професія, підприємництво, сервісна діяльність. Сучасні тенденції розвитку юридичного бізнесу в Україні.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Використання системи інструментів міжособистісних комунікацій для юриста починається, як правило, зі спілкування з людиною, що звернулася до нього за правовою допомогою. У свідомості юриста-початківця, до якого вперше звернулися за професійною допомогою, виникає безліч питань.

За допомогою методичних засобів процес комунікації «клієнт – юрист-консультант» ділиться на дві стадії – інтерв'ювання та консультування.

Юридичне консультування – це професійна діяльність фахівців з різних галузей права, метою якої є надання у консультаційній формі кваліфікованої допомоги фізичним і юридичним особам у розв'язанні різноманітних правових проблем; спосіб вирішення професійних за-

вданий, поетапна процедура, використовувана в юридичній практиці фахівцями різних напрямів для орієнтації фізичних і юридичних осіб шляхом правових порад, забезпечення необхідною правовою інформацією і вибору оптимального варіанта вирішення проблеми.

Юридичне консультування є одним із напрямів **юридично-ї практичної діяльності** як системи свідомо-вольових конкретних дій і операцій з охорони і захисту прав, свобод та законних інтересів особи, що здійснюються юристами на професійній основі у межах права і мають юридичні наслідки.

Внутрішнє юридичне консультування – це сукупність різних видів консультаційної діяльності, що здійснюється корпоративними юристами підприємства та його спеціалізованими підрозділами (юридичними відділами та службами).

Внутрішні юристи (in-house lawyer) або корпоративні юристи є найманими працівниками підприємства, **професійними обов'язками** яких є: моніторинг змін у законодавстві; попередження правопорушень у діяльності компанії; захист корпоративних інтересів у владних та правоохоронних органах; підготовка, експертиза та контроль виконання договорів; участь у проведенні перевірок, зовнішніх і внутрішніх конференцій; захист активів, у тому числі інтелектуальної власності; претензійно-позовна робота; модерація конфліктів і спорів всередині компанії; комплаєнс контроль; формування правової культури та ін.

Внутрішнє юридичне консультування може здійснюватися за різними **організаційними формами**, як-от:

- а) юридичний відділ як функціональний підрозділ підприємства;
- б) юридичний підрозділ як центр відповідальності, видами якого є такі: центр витрат, який діє на основі кошторису витрат; центр прибутку, якому встановлюються внутрішні ціни на консультаційні послуги, складовою яких є умовно-розрахунковий прибуток; центр інвестицій, діяльність якого спрямована на реалізацію інноваційно-стратегічних консультаційних проєктів;

- в) юридична служба – комплекс юридичних підрозділів, створених на підприємстві з метою ведення правової роботи;
- г) юридичне підприємство як структурна одиниця корпорації, яка здійснює внутрішнє та зовнішнє юридичне консультування.

Юридичний консалтинг – це підприємницька діяльність фахівців з права з надання юридичних послуг з метою досягнення певного правового результату та отримання прибутку.

Юридичному консалтингу притаманні загальні для всіх видів підприємницької діяльності організаційні форми: одноособове володіння, партнерство, корпорація, які мають специфічні для юридичної консультаційної діяльності переваги та недоліки.

Одноособове володіння є ефективним, якщо юридичний бізнес спрямований на надання обмеженої кількості послуг, як правило, у певній галузі права чи індустрії. Багатопрофільний юридичний консалтинг, що потребує різногалузевих знань, значних витрат ресурсів і часу, спроможні ефективно здійснювати об'єднання професіональних консультантів – юристів, насамперед, у формі партнерств. Одноособове володіння є організаційною формою підприємницької діяльності приватно-практикуючого юриста, який здійснює юридичне консультування як фізична особа-підприємець.

Сучасними тенденціями розвитку юридичного бізнесу в Україні є такі, як його масштабізація, цифровізація та інтернаціоналізація, міжпослугова інтеграція, конкуренція за персонал, юридичні інновації, юридичні стартапи, **юридичний краудсорсинг** як технологія пошуку, відбору, мобілізації, передавання та використання правових знань у електронних спільнотах.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Консультаційна діяльність корпоративних юристів: характеристики та організація. Адвокатська консультаційна діяльність.
2. Юридичний консалтинг: професія, підприємництво, сервісна діяльність. Організаційні форми юридичного бізнесу.
3. Юридичні послуги: визначення, головні ознаки, типи, види, ринок.

4. Юридична фірма: економічний потенціал, структура, види.
5. Капітал, фінансові ресурси, витрати та доходи юридичної фірми.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення.

1. Дайте визначення та розкрийте особливості організації консультаційної діяльності корпоративних юристів.
2. Охарактеризуйте адвокатську консультаційну діяльність.
3. Поняття юридичного консалтингу. Які специфічні організаційні форми юридичного бізнесу Вам відомі?
4. Особливості партнерських відносин у юридичному бізнесі.
5. Поняття юридичних послуг та їх головні ознаки.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. За яким критерієм послуги юридичного консалтингу розділяються на послуги-функції та послуги консультативного типу?
2. Визначте поняття «юридичні практики» та «юридичні індустрії».
3. Ринок юридичних послуг та його головні характеристики.
4. Види диверсифікованих юридичних фірм. Які юридичні фірми є спеціалізованими?
5. Чим відрізняються юридичні супермаркети від юридичних бутиків?

Завдання 3. Обґрунтуйте вирішення зазначеної ситуації.

Ситуація 1. Які ресурси є складовими економічного потенціалу юридичної фірми?

Ситуація 2. Які підрозділи формують сервісну та функціональну структуру юридичної фірми?

Ситуація 3. Зміст поняття фінансів юридичної фірми. У чому полягають їх функції?

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Головні категорії персоналу юридичної фірми.
2. Форми та системи оплати праці юристів, що застосовуються юридичними фірмами.

3. Власний та запозичений капітали юридичної фірми, їх джерела та види.
4. Основний капітал юридичної фірми, причини та види його зношення.
5. Оборотний капітал юридичної фірми, його види та особливості обороту.

Тема 2.3

Послуги юридичного консалтингу: види, ринок, регулювання

План

- 2.3.1. Юридичні послуги: поняття, головні ознаки та типи.
- 2.3.2. Види юридичних послуг. Юридичні індустрії та юридичні практики.
- 2.3.3. Ринок послуг юридичного консалтингу: головні характеристики, структура, особливості розвитку в Україні.
- 2.4.4. Регулювання юридичного консультування в Україні.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

В Україні консалтинговий бізнес почав розвиватися набагато пізніше, на противагу більшості країн світу.

Консалтинг як поняття, що вперше з'явилося в економічній науці та теорії управління, в даний час має багатофункціональний та міждисциплінарний характер, оскільки робота консультанта спрямована на аналіз різних аспектів діяльності організації, у тому числі технологічних, економічних, фінансових, правових та інших.

Консалтингові послуги як галузь мають багату історію розвитку. Вперше вони з'явилися наприкінці XVIII ст. і з того часу пройшли ряд значних етапів у своєму становленні. Перші консультанти з'явилися в ході розвитку промислової революції, коли виникли перші фабрики та відбулася велика кількість інституційних змін. У другій половині XIX ст. консультування зазвичай концентрувалося на питаннях управління виробництвом та підвищення ефективності праці, а також на скороченні витрат.

За своїм змістом консалтинг як засіб компетентного консультування інших людей з'явився в епоху східних імперій. Але за своєю формою консалтинг як діяльність, що здійснюється на ринкових засадах продажу інтелектуальної власності, зародився в англійських країнах у середині XIX століття. Інтерес до консалтингу на етапі розвитку суспільства, за умов переходу України на інноваційний шлях розвитку та становлення економіки знань значно зріс.

Юридичні послуги – це певні професійні дії фахівців з права з надання правової допомоги фізичним та юридичним особам – суб'єктам господарської діяльності та населенню, спрямовані на задоволення їх потреб, забезпечення вигод, досягнення корисного ефекту як певного правового результату.

Юридичні послуги є *соціальними* (правова допомога надається особам, окремим соціальним групам, які перебувають у складних життєвих обставинах і не можуть самостійно їх подолати, з метою розв'язання їхніх проблем); *професійними* (дії фахівців з різних галузей права з розв'язання проблем клієнтів юридичного консалтингу); *інтелектуальними* (професійні дії юристів, основними ресурсами здійснення яких є знання і інформація, а результатом – вигоди клієнта від їх засвоєння та використання у господарській діяльності); *інформаційними* (результатом яких для клієнта є отримання правових знань та інформації).

Юридичні послуги мають ознаки інформаційних, навчальних та інноваційних послуг та є знаннеорієнтованими, їх змістом та головними ресурсами є правові знання та інформація.

Є дуже велика кількість критеріїв, за якими класифікують юридичні послуги, а саме: за критерієм спрямованості професійних дій юристів відповідно до галузей права, предметна спеціалізація, за змістом і спрямованістю, за критерієм головних замовників юридичних послуг та інші.

Діяльність юристів може бути спрямована на надання послуг замовникам, які діють в окремих галузях економіки, наприклад, у будівництві, транспорті, шоу-бізнесі, туризмі, на фондовому ринку, або здійснюють певні види економічної діяльності: зовнішньоеконо-

мічну, інвестиційну, інноваційну та інші – це індустрії юридичного консалтингу.

Юридичний консалтинг – це підприємницька діяльність фахівців з права з надання юридичних послуг з метою досягнення певного правового результату та отримання прибутку.

Юридичному консалтингу притаманні взаємопов'язані змістовні вектори, а саме: підприємницький вектор; професійно-інтелектуальний вектор; сервісний вектор.

Змістовні вектори юридичного консалтингу, з одного боку, визначають ті риси юридичного бізнесу, які є загальними для підприємницької діяльності у будь-якій галузі: самостійність, ризикованість, ринкова визначеність та спрямованість, націленість на отримання прибутку та мінімізацію витрат, інноваційність; з іншого боку, обумовлюють специфічні характеристики підприємницької діяльності юристів: знаннєємність юридичного обслуговування, інтелектуальні ресурси та інтелектуальний продукт, що набуває форми юридичної послуги, професійна репутація, юридична етика.

Послуги юридичного консалтингу за їх структурою можуть бути простими, змістом яких є певна предметна спеціалізація юриста; складними як сукупність простих послуг, у складі яких не тільки юридичні, а й управлінські, фінансові, економічні та інші послуги. Також юридичний консалтинг може бути міжнародним юридичним, юридичним квазіконсалтингом.

Головним ресурсом, конкурентною перевагою та обмежуючим чинником юридичного бізнесу є його професійно – інтелектуальний вектор, насамперед – знання і досвід юристів. Роль підприємницького вектора полягає у забезпеченні інвестицій в інтелектуальний продукт юристів та його комерціалізації, визнанні ринком послуг юридичного консалтингу. Сервісний вектор визначає клієнтоорієнтованість юридичного бізнесу, його спрямованість на якісне задоволення потреб клієнтів.

Юридичний консалтинг є особливим видом практичної юридичної діяльності. Його можна визначити як підприємницьку діяльність юристів з надання юридичних послуг суб'єктам господарюван-

ня та населенню з метою досягнення певного правового результату та отримання прибутку. Юридичний консалтинг активно використовується в діяльності широкого кола суб'єктів: від громадян до державних органів, причому в найрізноманітніших формах і видах, що дає підставу припускати загальноправову природу даного явища.

На сьогодні в Україні є різні способи надання послуг з юридичного консультування, однак, варто відзначити, що цей ринок ще не достатньо сформований. Окрім того, у правовій науці не зовсім ґрунтовно явище юридичного консалтингу піддавалося теоретико-правовому дослідженню. Також, відсутні сформовані підходи щодо визначення даного поняття, як і вивчення його сутності, правової природи, характерних рис та закономірностей функціонування.

Основними видами регулювання юридичного консультування, що має різні організаційно-правові форми, є:

– державно-нормативне регулювання як сукупність напрямів, заходів та методів впливу держави на:

а) економічну поведінку приватнопрактикуючих юристів та юридичних фірм як суб'єктів підприємницької діяльності;

б) професійну діяльність адвокатів як самозайнятих осіб, адвокатських бюро та адвокатських об'єднань;

– регулювання з боку професійних громадських об'єднань юристів (саморегулювних організацій) через встановлення правил та норм, регламентуючих діяльність юристів на усіх стадіях юридичного консультаційного процесу. Цей вид регулювання орієнтований на регламентацію професійного юридичного консультування у його різних організаційних формах на основі кодексів етичних норм та стандартів юридичної практичної діяльності. Він представлений діяльністю різних професійних об'єднань юристів, які можуть бути регіональними, міжрегіональними, національними та міжнародними. Це, наприклад, Асоціація правників України (АПУ) – всеукраїнська громадська організація, заснована у 2002 р., що об'єднує понад 6 тисяч правників та ставить перед собою завдання розвитку юридичної професії, удосконалення законодавства, упровадження етичних стандартів, захисту професійних прав членів АПУ та прав людини

загалом; Міжнародна асоціація юристів (ІВА); Рада правничих співтовариств та адвокатур Європи (ССВЕ) та ін.;

- контрактне регулювання консультант-клієнтських відносин у сфері юридичного консалтингу;
- внутрішньофірмове регулювання на основі внутрішніх нормативних актів та правил: а) підприємств щодо діяльності корпоративних юристів;

б) юридичних фірм щодо діяльності персоналу з юридичного обслуговування клієнтів.

Юридичний консалтинг продукує правові знання, які в процесі консультування отримують інституційне закріплення в юридичних послугах та передаються клієнтам разом із супутньою правовою інформацією. Використання суб'єктами господарювання юридичних послуг сприяє, з однієї сторони, досягненню ними певного рівня адаптивної ефективності, тобто здатності оптимально функціонувати в системі правил та норм ринкової економіки на основі засвоєння та використання правових знань та інформації. А з іншої сторони, послуги юридичного консалтингу сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів бізнесу, тобто його алокаційної ефективності.

Отже, юридичний консалтинг – це унікальний вид правової інтелектуальної діяльності, яка реалізується професійно підготовленими юристами, що володіють розвинутим аксіологічним потенціалом. Тобто це незалежна правова діяльність професійних суб'єктів, що пов'язана із тлумаченням правових норм з метою пошуку оптимальних рішень правових завдань в умовах правового середовища, що виражається загалом у консультаційній формі.

Сутність юридичного консалтингу не лише як обумовлює його роль і призначення як теоретичної правової конструкції, але й як прикладного спеціального правового засобу. Наявність у правовій дійсності даного явища з одного боку ілюструє різноманіття інструментів правової системи, а з іншого наголошує на важливості практичних елементів, що сприяють правильному функціонуванню правових відносин.

Ціннісний аспект юридичного консалтингу гідний особливої уваги, тому що сучасний ринок юридичних послуг демонструє

небезпечне відхилення у бік об'єктивно нормативної практики, коли консультування зводиться лише до ознайомлення клієнтів із різного роду законодавчими актами. При цьому у тіні залишаються смислові акценти прийняття юридичних рішень, які витікають з соціально-гуманітарних засад конкретної суспільної, для прикладу, сучасної української ситуації. В свою чергу рекомендації консультанта повинні бути пов'язані із регіонально-культурними особливостями, з ментальністю та історією розвитку правових відносин, з їхньою перспективною значимістю. За допомогою ціннісного контексту наповнюється формальний механізм юридичного консалтингу конкретно-практичним змістом, готуючи клієнта до самостійного вирішення тих чи інших питань у майбутньому, до, так би мовити, самоконсалтингу як ідеальної та перспективної мети феномену юридичного консалтингу, рухатися до якого слід найбільш оптимальним шляхом, враховуючи набуту освіту та принципово гуманітарні та ціннісні аспекти знання.

Ринок консалтингових послуг в Україні знаходиться у процесі формування, а відтак являється дуже перспективним

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Тенденції розвитку юридичного консалтингу в контексті правової гармонізації.
2. Інтелектуальні ресурси юридичного консалтингу: сутність, структура.
3. Форми юридичного краудсорсингу.
4. Сучасними тенденціями розвитку юридичного бізнесу в Україні.
5. Головні напрями юридичного краудсорсингу.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення

1. Основна характеристика міжнародного юридичного консалтингу
2. Основні ознаки юридичного квазіконсалтингу.

3. Форензiк-послуги: поняття та ознаки.
4. Охарактеризувати експертну модель юридичного консультативного процесу.
5. Дослідити розуміння проектної моделі юридичного консультування.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Поведінкова роль юриста, що є відмінною ознакою процесної моделі юридичного консультативного процесу, – це?
2. Визначити таку специфіку юридичного консалтингу, як поведінкову роль юриста.
3. Етимологія розуміння поняття «юридичний консалтинг».
4. Основні функції юридичного консультування.
5. Сутність юридичного консалтингу.

Завдання 3.

1. Виконайте тестові завдання.
 - 1.1. Реальна та потенційна можливості розроблення та прибуткового надання юридичних послуг, що користуються пріоритетним попитом клієнтів в умовах конкурентного ринку, – це:
 - а) конкурентоспроможність юридичної фірми;
 - б) ефективність діяльності юридичної фірми;
 - в) виробнича діяльність юридичної фірми;
 - г) частка ринку юридичної фірми;
 - д) ринкова вартість юридичної фірми.
 - 1.2. До специфічних конкурентних переваг юридичної фірми зараховують:
 - а) вигідне розташування;
 - б) наявність дешевих джерел інформації;
 - в) наявність юристів необхідної кваліфікації;
 - г) низькі витрати на маркетинг послуг;
 - д) сприятливий інвестиційний клімат.
 - 1.3. Інтерактивний маркетинг базується на ефективних взаємовідносинах:
 - а) менеджменту юридичної фірми та її клієнтів;
 - б) менеджменту юридичної фірми та її співробітників юристів;

- в) юристів та клієнтів юридичної фірми;
- г) підрозділів юридичної фірми;
- д) співробітників юридичної фірми.

1.4. Внутрішній маркетинг базується на ефективних взаємовідносинах:

- а) менеджменту юридичної фірми та її клієнтів;
- б) менеджменту юридичної фірми та її співробітників юристів;
- в) юристів та клієнтів юридичної фірми;
- г) підрозділів юридичної фірми;
- д) співробітників юридичної фірми.

1.5. Оберіть у переліку, що є характеристикою такого елементу маркетингового комплексу юридичного консалтингу, як «люди» (5Р):

- а) клієнти та менеджмент юридичної фірми;
- б) юристи та менеджмент юридичної фірми;
- в) юристи та клієнти юридичної фірми;
- г) персонал юридичної фірми;
- д) сукупність дійсних та потенційних клієнтів юридичної фірми.

2. Доповніть твердження.

Модель юридичного консультаційного процесу, що не передбачає дій юриста з діагностики та формулювання проблеми клієнта на початковій (передконтрактній) стадії консультаційного процесу – це ...

3. Опишіть модель юридичного консультаційного процесу, яка визначається як «лікар-пацієнт».

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Послуги юридичного консультування та юридичного представництва.
2. Особливості юридичного консалтингу (обрати довільну сферу)
3. Зміст накопичувальної функції юридичного консалтингу.
4. Ретранслююча функція юридичного консалтингу.
5. Ринок консалтингових послуг в умовах економічних та політичних криз.

Тема 2.4 Юридична фірма

План

- 2.4.1. Юридична фірма: сервісні, інтелектуальні та підприємницькі характеристики. Види юридичних фірм.
- 2.4.2. Економічний потенціал юридичної фірми: ресурсний і результативний.
- 2.4.3. Загальна структура юридичної фірми. Сервісні та функціональні підрозділи.
- 2.4.4. Персонал юридичної фірми та його оплата.
- 2.4.5. Середовище та життєвий цикл юридичної фірми.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

В умовах сучасної ринкової економіки від стану та тенденцій розвитку національних та регіональних ринків юридичних послуг залежить не тільки можливість конкретної особи чи суб'єкту бізнесу отримати професійну юридичну допомогу, але й загальний стан дотримання конституційних прав та свобод суб'єктів правовідносин в Україні, рівень соціального та економічного розвитку, а також, їх ділова активність.

Юридична фірма – це організаційна форма юридичного бізнесу, суб'єкт підприємницької діяльності у сфері надання юридичних послуг з метою досягнення певного правового результату та отримання прибутку.

Юридична фірма сервісним підприємством – економічно та організаційно відокремленим, самостійним суб'єктом господарської діяльності, створеним його засновниками для задоволення суспільних потреб у юридичних послугах та отримання прибутку. Юридична фірма як сервісне підприємство є організаційною формою послугової діяльності, структурним елементом сфери послуг.

Юридичній фірмі як сервісній організації притаманні такі ознаки:

1) у процесі юридичного обслуговування безпосередню участь бере клієнт, оскільки процес надання юридичних послуг спирається на взаємодію та співпрацю персоналу юридичної фірми та клієнта;

2) високий ступінь індивідуалізацій юридичного обслуговування відповідно до вимог клієнтів;

3) орієнтація на якісне юридичне обслуговування клієнта та максимальне задоволення його потреб. Юридичній фірмі притаманні як загальні ознаки сервісного підприємства, так і особливості, що відбивають специфіку консалтингової діяльності у сфері правової допомоги та особливості юридичних послуг;

Також юридична фірма є інтелектуальною організацією, що навчається. Юридичні послуги є інтелектуальними – це певні професійні дії фахівців різних галузей права, основними ресурсами здійснення яких виступають загальні та спеціальні правові знання і інформація, а результатом – вигоди клієнта від упровадження інтелектуального продукту юридичного консалтингу, що набуває форми юридичної послуги, у господарську практику.

Можливості та здатності юридичної фірми до ефективної господарської діяльності визначаються її економічним потенціалом.

Економічний потенціал юридичної фірми – це сукупність виробничих, ринкових, фінансових, інвестиційних, інноваційних та інших джерел, можливостей, здатностей, що забезпечують досягнення цілей юридичного бізнесу, а також потенційно можливі результати її господарської діяльності.

Відповідно до ресурсного підходу економічний потенціал юридичної фірми – це її ресурсний потенціал – сукупність ресурсів та їх комбінація, що забезпечують досягнення цілей господарської діяльності. Його складовою є потенціал управління – сукупність управлінських компетенцій, що визначають здатність системи управління забезпечити позитивний синергетичний ефект від використання ресурсного потенціалу.

Юридичні фірми можуть здійснювати свою діяльність у різних організаційно-правових формах, які визначаються законодавством країни, на території якої створюється відповідна фірма. Наприклад, існують юридичні фірми, створені у формі товариств, товариств з обмеженою відповідальністю та акціонерних товариств.

У законодавстві окремих країн можуть бути передбачені спеціальні організаційно-правові форми для здійснення діяльності органі-

зацій, які надають кваліфіковану юридичну допомогу. Такі організації теж можуть належати до категорії «юридична фірма».

Структура юридичної фірми за традицією включає провідних партнерів, партнерів та інших службовців. Провідні партнери – це юристи-власники фірми, які займаються юридичною практикою і, крім того є керуючими справами фірми і отримують прибуток згідно з розподілом своїх часток. Партнери – юристи, які здійснюють практику в рамках діяльності фірми за обумовлену зарплату. Службовці – помічники, секретарі та ін., виконують у фірмі допоміжні функції. Також традиційним для багатьох фірм є кар’єрне просування партнерів по правилу «вгору або за двері», тобто партнер або повинен згодом стати провідним партнером, або піти з фірми (вести самостійну практику, працювати в юридичних відділах корпорацій та ін.)

Структура юридичної фірми – це її внутрішній устрій, певний склад підрозділів та система зв’язків, підпорядкованості та взаємодії між ними. Структура юридичної фірми визначається цілями, змістом, обсягом та напрямками консалтингової діяльності та забезпечує її ефективне здійснення.

Загальна структура юридичної фірми має такі складові: виробнича, функціональна, створені юридичною фірмою філії, дочірні фірми, офіси, представництва та інші відокремлені підрозділи, що не мають статусу юридичної особи та діють на основі положень про них, затверджених фірмою. Ці підрозділи мають власну структуру, яка визначається юридичною фірмою.

Отже, загальну структуру юридичної фірми утворює сукупність усіх виробничих, функціональних та відокремлених підрозділів.

Досконалість використовуваних на підприємстві засобів і предметів праці (обладнання, приладів, установок, сировини, матеріалів тощо) не є запорукою одержання ним високих кінцевих результатів виробництва. Це пояснюється тим, що ефективність функціонування підприємств найбільшою мірою залежить від забезпечення їх професійними і кваліфікованими кадрами. Їх називають персоналом підприємства.

Персонал юридичної фірми – це її наймані працівники та працюючі власники, які отримують зарплату.

Кадри юридичної фірми – сукупність її штатних найманих працівників та працюючих власників, які отримують зарплату.

Структура персоналу юридичної фірми за функціональними ознаками: керівники лінійні, функціональні; вищого, середнього, низового рівнів; фахівці; допоміжні працівники; службовці; стажери (учні).

Грошове питання завжди викликає зацікавленість, адже їхня кількість свідчить про «статус» як юрфірми, так і самого юриста.

Юридична фірма є відкритою соціально-економічною системою, яка діє під впливом різноманітних чинників, які є щодо неї внутрішніми та зовнішніми.

Звідси, складовою внутрішнього середовища є внутрішній економічний механізм юридичної фірми як сукупність організаційно-економічних зв'язків між її підрозділами та адміністративним центром (вертикальні зв'язки) та між окремими підрозділами (горизонтальні зв'язки). Вертикальні та горизонтальні зв'язки обумовлені загальною структурою юридичної фірми, ресурсним потенціалом, видом (юридичний супермаркет, спеціалізована юридична фірма, юридичний бутик та ін.), технологією надання юридичних послуг.

Зовнішнє середовище – сукупність неконтрольованих юридичною фірмою умов та чинників, які прямо або опосередковано впливають на ефективність юридичного бізнесу.

Також існує мікросередовище – незалежні чинники прямого впливу: клієнти, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії: медіа, державні установи, правоохоронні органи, а також макросередовище – незалежні чинники непрямого впливу, які діють через зміни мікросередовища юридичної фірми (економічні, соціальні, політичні, науково-технічні, зовнішньоекономічні, культурні, демографічні, природні тощо чинники та умови ведіння юридичного бізнесу).

Зовнішнє та внутрішнє середовище тісно взаємопов'язані.

Життєвий цикл юридичної фірми – це період часу з моменту її заснування до моменту завершення/реорганізації її діяльності як суб'єкта господарювання. Життєвий цикл охоплює п'ять основних фаз

розвитку юридичної фірми, кожна з яких має певні цілі, ознаки, стиль керівництва, завдання та організацію праці, а саме: народження (становлення), дитинство і юність (ріст), стабільність (зрілість), старіння (занепад), завершення.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Основна характеристика стратегії юридичної фірми.
2. Юридичний консалтинг: професія, підприємництво, сервісна діяльність. Організаційні форми юридичного бізнесу.
3. Юридичні послуги: визначення, головні ознаки, типи, види, ринок.
4. Юридична фірма: економічний потенціал, структура, види.
5. Капітал, фінансові ресурси, витрати та доходи юридичної фірми.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення

1. Ціноутворення на юридичні послуги.
2. Форми оплати юридичних послуг
3. Основними формами оплати юридичних послуг.
4. Види витрат юридичної фірми.
5. Функції фінансів юридичної фірми.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Класифікація клієнтів юридичного консалтингу за критерієм «воронки продажів» юридичних послуг.
2. Розуміння «життєвого циклу» юридичної фірми.
3. Класифікація клієнтів консалтингу за критеріями життєвого циклу та життєвої цінності.
4. Критерії вибору клієнтом юридичної фірми (юриста).
5. Види клієнтів за психологічним типом.

Завдання 3. Навести приклади юридичних компаній.

Ситуація 1. Міжнародні юридичні фірми, які створили підрозділи, філії, офіси в Україні.

Ситуація 2. Українські юридичні фірми, діяльність яких поширюється на національний ринок та ринки юридичних послуг інших країн (українські транснаціональні юридичні фірми).

Ситуація 3. Українські юридичні фірми, які мають столичний та регіональні офіси.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Українські юридичні фірми столичного сегмента.
2. Українські юридичні фірми регіональних сегментів.
3. Загальна характеристика адвокатських бюро та адвокатських об'єднань.
4. Індивідуально практикуючі юристи: фізичні особи-підприємці та адвокати, як самозайняті особи.
5. Критерії вибору клієнтом юридичної фірми.

Тема 2.5 Витрати та доходи суб'єктів юридичного консалтингу

План

- 2.5.1. Майно та активи юридичної фірми. Капітал юридичної фірми.
- 2.5.2. Фінансові ресурси та фінансова діяльність юридичної фірми. Краудфандинг у сфері юридичного консалтингу.
- 2.5.3. Витрати юридичної фірми. Собівартість юридичної послуги.
- 2.5.4. Доходи та прибуток юридичної фірми. Фінансовий стан юридичної фірми та його оцінка.
- 2.5.5. Ціноутворення на юридичні послуги. Форми оплати юридичних послуг.
- 2.5.6. Особливості економічного механізму та оподаткування діяльності юристів як фізичних осіб- підприємців, адвокатів та їх організацій.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Різноманітність видів та форм підприємств, яка на сьогодні існує в Україні, обумовлена законодавчим закріпленням багатоманітності форм власності, способів заснування (утворення) підприємств, правових режимів майна, яке передано підприємству його засновниками. Така багатоманітність знайшла відображення у статті 63 Господарського кодексу України, що визначає види та організаційні форми підприємств.

Майно юридичної фірми – це виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в її балансі. Майно має натурально-речовий склад і вартісну форму.

Основними видами майна юридичної фірми є нерухомість (інвестиційна та операційна нерухомість), основні та оборотні засоби надання юридичних послуг (офісне обладнання, меблі, автотранспорт, канцелярські товари, бланки), гроші у різних формах (фінансові інвестиції та дебіторська заборгованість), готівка; гроші на рахунках банків, об'єкти інтелектуальної власності.

Активи – це ті складові майна, які контролюються юридичною фірмою та використання яких у юридичному бізнесі забезпечує зростання вартості та отримання прибутку.

Види активів юридичної фірми: необоротні активи та оборотні активи (грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні; активи, призначені для реалізації чи споживання протягом циклу юридичного обслуговування чи не більше дванадцяти місяців з дати балансу).

Також за формою активи юридичної фірми розділяються на матеріальні активи (сукупність ресурсів юридичної фірми, що мають матеріально-речову форму: будівлі, приміщення, офісне обладнання, меблі, бланки та ін); фінансові активи (це грошові активи в національній та іноземній валюті, фінансові інвестиції та всі форми дебіторської заборгованості); нематеріальні активи (немонетарні активи, які необхідні юридичній фірмі для здійснення господарської діяльності, не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифікованими на основі правовстановлюючих документів).

Активи юридичної фірми відображено у її балансі.

Капітал юридичної фірми – це сума коштів, яка необхідна для започаткування та ведіння юридичного бізнесу, або вартість ресурсів, використання яких у юридичному бізнесі забезпечує створення нової вартості та отримання прибутку.

Фінанси юридичної фірми – це сукупність економічних відносин, пов'язаних із формуванням, розподілом та використанням її грошових фондів. Фінанси – це грошові відносини, за допомогою яких відбувається перерозподіл створеної вартості. У їх складі є **фінансові відносини з:**

- суб'єктами господарювання (розрахунки з підприємствами-постачальниками, клієнтами, участь у капіталі);
- фізичними особами (виплата заробітної плати, дивідендів);
- закладами кредитно-банківської системи (кредити, оплата відсотків, страхування);
- державою (податки, субсидії, державне фінансування).

Функції фінансів юридичної фірми є акумулююча функція, розподільча функція, контрольна функція.

Розрізняють також фінансування за рахунок власних, позикових і залучених коштів. Особливою технологією фінансування консультаційних проєктів юридичної фірми є *краудфандинг (crowdfunding)* – залучення коштів великої кількості людей – користувачів інтернету, пов'язаних мережевими спільнотами, з метою фінансування різноманітних проєктів.

Витрати юридичної фірми – це грошова оцінка вартості ресурсів, використаних у процесі надання юридичних послуг за певний період часу. Це плата юридичної фірми постачальникам за ресурси, щоб дістати можливість використовувати їх у своїх цілях і не допустити альтернативного використання.

Види витрат юридичної фірми можна розрізнити за декількома критеріями, а саме: залежно від власності на ресурси та каналу їх надходження (внутрішні і зовнішні), залежно від впливу на витрати зміни обсягів наданих юридичних послуг у короткостроковому періоді функціонування фірми (постійні витрати, перемінні витрати, по-

стійно-перемінні витрати); за способом перенесення вартості витрат на вартість юридичної послуги (прямі та непрямі витрати); за стадіями юридичного обслуговування.

Дохід юридичної фірми (гонорар) – будь-які надходження, які вона отримує у результаті здійснення господарської діяльності протягом певного періоду. Основним джерелом грошових надходжень є надання юридичних послуг.

Розрізняють **валовий (загальний) дохід та чистий дохід**.

Прибуток є головним фінансовим результатом юридичної фірми. Це та сума, на яку чистий дохід юридичної фірми перевищує її витрати.

Що стосується методики ціноутворення, слід зауважити, що в будь-якій сфері, будь то торгівля, будівництво, виробництво чи послуги діють загальні ринкові закони і ціна товару (роботи, послуги) визначається, насамперед, за витратним методом, тобто з урахуванням собівартості товару (у нашому випадку послуги). Додаємо до собівартості винагороду, в кінцевому підсумку це і являє собою ціну послуги, яку повинен сплатити клієнт.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Зменшення ціни послуг, повернення винагороди (його частини).
2. Знижки та інші переваги для постійних клієнтів юридичної фірми.
3. Порядок узгодження цін на конкретні послуги
4. Види цін на юридичні послуги (на прикладі конкретної фірми/компанії)
5. Загальна характеристика поняття «прайс-лист».

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення

1. Специфіка маркетингу юридичних послуг.
2. Правове регулювання цін і ціноутворення.
3. Методологічна основа ціноутворення на юридичні послуги.

4. Ціноутворення на ринку освітніх послуг регіону (на власний вибір).

5. Політика ціноутворення в Україні: загальна характеристика.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Фінанси юридичної фірми та фінансові відносини.

2. Види фінансових ресурсів юридичної фірми.

3. Економічний зміст витрат юридичного консалтингу.

4. Оподаткування господарської діяльності юридичної фірми.

5. Дохід та прибуток юридичного консалтингу.

Завдання 3. Обґрунтуйте вирішення зазначеної ситуації.

Ситуація 1. Визначте, якою є класифікація витрат юридичної фірми.

Ситуація 2. Дохід юридичної фірми та його економічні форми.

Ситуація 3. Зміст, структура, види та методи розрахунку собівартості юридичної послуги.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Ціноутворення банківських послуг в Україні.
2. Головні підходи та методи ціноутворення у сфері юридичного консалтингу.
3. Ціноутворення на юридичні послуги.
4. Основні форми оплати юридичних послуг.
5. Прибуток юридичної фірми та його види.

Тема 2.6

Конкурентоспроможність та клієнтоорієнтованість юридичного консалтингу

План

- 2.6.1. Конкурентне середовище та конкурентоспроможність юридичної фірми. Конкурентні переваги.
- 2.6.2. Клієнтоорієнтованість як основа конкурентоспроможності юридичної фірми. Види клієнтів юридичного консалтингу.

2.6.3. Система «4С» у юридичному консалтингу. Лояльність клієнтів.

2.6.4. Маркетинг-мікс «8Р» юридичних послуг. Канали залучення клієнтів. Нетворкінг у юридичному бізнесі.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Конкурентне середовище юридичної фірми – це ті умови, чинники та форми взаємодії суб'єктів ринку юридичного консалтингу, що визначають відповідний рівень економічного суперництва та можливість впливу окремих економічних агентів на ринкову ситуацію.

Конкурент – суб'єкт ринку, розширення або збереження обсягів діяльності якого веде до зменшення ринкової долі іншого суб'єкта цього ринку або ринку субститутів. Це зовнішній незалежний фактор, вплив якого на ефективність юридичної фірми є прямим: у багатьох випадках не клієнти, а саме конкуренти визначають вибір юридичної фірми щодо пропозиції певних видів юридичних послуг та їх цін.

Варто виділити окремі *типи конкурентів юридичної фірми*, а саме:

– *тип клієнтів та послуг, що їм пропонують* – прямі конкуренти, товарні конкуренти, непрямі конкуренти, неявні конкуренти, неявні конкуренти;

– *характер впливу діяльності конкурента на юридичну фірму (за М. Портером)* – правильні («гарні») конкуренти, неправильні («погані») конкуренти;

– *конкурентні позиції суб'єктів ринку юридичного консалтингу у порівнянні з позицією юридичної фірми як основа визначення її конкурентних дій* – найближчі конкуренти, могутніші у фінансовому відношенні конкуренти, юридичні фірми, усі юридичні;

– *характер реакції конкурентів юридичної фірми (за Ф. Котлером)*, а саме: неквапливий конкурент, розбірливий конкурент, конкурент-тигр, непередбачений конкурент.

Рівень конкурентоспроможності юридичної фірми виначається шляхом порівняння результатів її діяльності з конкурентами за сукупністю оцінних показників за певний проміжок часу та виявлення

конкурентних переваг. Визнаний фахівець у сфері вивчення економічної конкуренції, автор теорії конкурентних переваг Майкл Портер визначав конкурентоспроможність підприємства як порівняльну перевагу щодо інших фірм, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.

Конкурентні переваги (за М. Портером) – це ключові фактори успіху підприємства у конкуренції, джерело перемоги у конкурентній боротьбі.

Критеріями класифікації клієнтів юридичного консалтингу є також такі:

- 1) *цикл життя клієнта*. Слід розрізняти:
 - *довгий життєвий цикл клієнта*;
 - *середній життєвий цикл клієнта*;
 - *короткий життєвий цикл*.
- 2) *життєва цінність клієнта*.

Модель «4С» професора Колумбійського університету Р. Ф. Лотерборна доводить необхідність формування програм споживчої лояльності, орієнтованих на клієнтів, плідну співпрацю з ними та отримання від них зворотного зв'язку.

Клієнтоорієнтований юридичний консалтинг спирається на формування уявлення клієнта про високий професійний рівень юриста та його послуг, а також на довіру та лояльне ставлення клієнта до юриста як до партнера, а не джерела загроз його професійній репутації.

Лояльність – це позитивний прояв поведінкового аспекту відносин «клієнт-юридична фірма (юрист)», що базується на досвіді клієнта.

Маркетинг юридичних послуг – це цілеспрямована діяльність з забезпечення юристам (юридичним фірмам) та їх професійним діям високого конкурентного статусу на ринку юридичного консалтингу шляхом задоволення потреб клієнтів у високоякісному юридичному обслуговуванні. Головна мета маркетингу юридичних послуг – всебічна і повна орієнтація на клієнта, його якісне обслуговування,

максимально можливе задоволення потреб, формування та розвиток клієнтської мережі юридично-го консалтингу.

Головні напрями маркетингу юридичних послуг: внутрішній маркетинг, інтерактивний маркетинг, традиційний маркетинг.

Нетворкінг (від англ. networking – букв. плетіння мережі: net – мережа + work – працювати; корисні зв'язки) у юридичному бізнесі – діяльність з формування, накопичення, використання та збереження необхідних зв'язків юридичної фірми з клієнтами (фізичними та юридичними особами), суб'єктами юридичного бізнесу, організаціями, що надають інші види консалтингових послуг, державними установами, громадськими організаціями тощо як соціального капіталу юридичного консалтингу.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Конкурентні переваги за теорією М. Портером.
2. Суть конкурентного середовища юридичної фірми.
3. Принципами клієнтоорієнтованості.
4. Класифікації конкуренції юридичних фірм.
5. Критерії вибору клієнтом юридичної фірми.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення

1. Клієнтоорієнтованість як основа конкурентоспроможності юридичної фірми.
2. Види клієнтів юридичного консалтингу.
3. Види клієнтів за психологічним типом.
4. Класифікація клієнтів юридичного консалтингу за критерієм «воронки продажів» юридичних послуг.
5. Окремі критерії класифікації клієнтів юридичного консалтингу.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Класифікація клієнтів консалтингу за критерієм життєвого циклу та життєвої цінності
2. Обґрунтуйте розуміння поняття «цикл життя клієнта».

3. Загальна характеристика поняття «довгого життєвого циклу».
4. Класифікація видів клієнтів юридичної фірми відповідно до якісної лінійки.
5. Загальна характеристика лояльності клієнтів.

Завдання 3.

Ситуація 1. Обґрунтуйте належне функціонування системи «4С» у юридичному консалтингу.

Ситуація 2. Охарактеризувати основні елементи, на які опирається клієнтоорієнтований юридичний консалтинг.

Ситуація 3. Співвідношення понять задоволенні та лояльні клієнти.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Сучасні online заходи залучення клієнтів.
2. SMM як один із заходів використання медіаресурсів.
3. Загальна характеристика пошукового маркетингу і SEO.
4. SMO як захід, що спрямований на формування довіри до бренду.
5. Канали здійснення маркетингової комунікації.

Тема 2.7. Юридичний консультаційний процес

План

- 2.7.1. Юридичний консультаційний процес та його стадії. Юридичне обслуговування. Юрист-консультант: вимоги та організація часу.
- 2.7.2. Юридична консультація, її види. Юридичний консультаційний проєкт.
- 2.7.3. Загальні та специфічні моделі юридичного консультування.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Юридичний консультаційний процес – це послідовна серія дій, кроків, організаційних подій та заходів, які застосовує юрист для вирішення правових проблем клієнта та/або створення умов, за яких клієнт спроможний зробити це самостійно.

Юридичний консультаційний процес набуває форм юридичних консультацій дичних консультацій та юридичних консультаційних проектів.

За критерієм контрактних відносин суб'єктів юридичного консалтингу та клієнтів юридичний консультаційний процес охоплює стадії: початкову (передконтрактну), основну (контрактну), заключну (післяконтрактну).

Юридичний консультаційний процес здійснюється у формі юридичного обслуговування клієнтів, яке може бути:

- *повним*, що охоплює всі його стадії;
- *частковим*, що припускає здійснення:

- а) тільки стадій діагностики та розробки заходів розв'язання правової проблеми клієнта – *продукуюче юридичне обслуговування*;
- б) стадії упровадження певних заходів розв'язання правової проблеми – *впроваджувальне юридичне обслуговування*.

Консультант з правових питань – це фізична або юридична особа, яка надає юридичні послуги. Це фахівець з різних галузей правових знань, який володіє спеціальними знаннями та інформацією, аналітичними та діагностичними навичками, здатністю творчо застосувати їх при вирішенні правових проблем, дотримується етичних норм та стандартів професії.

Професіоналізм юриста-консультанта характеризують освітні (що повинен знати?), практичні (що має вміти?) й особистісні (яким належить бути?) критерії, які відображають рівень його знань та кваліфікації, навички й досвід, здатність до ефективної консультаційної діяльності. Юрист-консультант повинен бути професіоналом, принаймні, з трьох галузей науки та практики:

- а) предмета консультування,
- б) юридичної консультаційної діяльності,

в) організації продуктивних консультант- клієнтських відносин.

Консультація (лат. consilium – порада) – порада, що надається фахівцем.

Юридична консультація – це надання юристом клієнту професійної допомоги у розв’язанні його правових проблем у формі порад, рекомендацій, експертних висновків, консультаційних проектів. Інші форми професійної допомоги у сфері юридичного консалтингу – це аутсорсинг, представництво, захист, навчання, тренінг, коучинг тощо.

Мета юридичного консультування – розв’язання правових проблем клієнта чи допомога клієнту у їх самостійному вирішенні.

Письмова юридична консультація необхідна, якщо клієнт замовляє офіційний висновок юриста для надання керівнику, засновнику, партнеру, контрагенту та ін., необхідно глибоке опрацювання питання на основі збору та аналізу додаткової інформації, потрібно опрацювання кількох можливих варіантів вирішення питання та рекомендації щодо вибору оптимального; – важливим є глибокий аналіз ризиків та наслідків впровадження рекомендацій, потрібно залучення до розв’язання проблеми клієнта фахівців з інших галузей знань: економістів, бухгалтерів, фінансистів тощо.

Юридичний консультаційний проект (від латинського projectus – «кинутий вперед») – це комплекс взаємопов’язаних заходів, розроблених та реалізованих юристом у процесі надання професійної допомоги клієнту у досягненні його цілей протягом заданого часу за встановлених ресурсних обмежень. Консультаційний проект включає основні етапи: діагностика (виявлення проблем); розробка рішень; впровадження рішень. Здійснення консультаційного проекту може займати від декількох тижнів до декількох місяців, а якщо мова йде про абонементне обслуговування, то і декількох років.

Моделі юридичного консультаційного процесу – це сукупність форм, методів та засобів організації, здійснення та регулювання відносин юриста та клієнта у процесі юридичного обслуговування.

Загальні моделі консультаційного процесу, що використовуються у юридичному консалтингу, а саме: експертна модель, проектна модель, процесна модель, навчальний юридичний консалтинг.

Специфічними моделями відносин юриста та клієнта у процесі юридичного консультування є *представництво* за матеріалами, які надає клієнт.

Поведінкові ролі юриста у консультаційному процесі: пропагандист, експерт, діагност, координатор співпраці, викладач.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Розуміння поняття «юридичний консультаційний процес».
2. Головні види дій юриста за стадіями юридичного консультаційного процесу.
3. Діагностика та формування правової проблеми як одна зі стадій юридичного консультаційного процесу.
4. Критерії відносин суб'єктів юридичного консалтингу.
5. Функції юриста та клієнта за стадіями юридичного консультаційного процесу.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення.

1. Форми юридичного обслуговування клієнтів.
2. Консультування з правових питань.
3. Критерії професіоналізму юриста-консультанта.
4. Основне розуміння щодо тайм-менеджменту юриста.
5. Основні інструменти юриста щодо контролю часу.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. Сутність розуміння поняття «юридична консультація».
2. Основна мета юридичної консультації.
3. Види юридичних консультацій.
4. Форми юридичних консультацій.
5. Моделі юридичного консультаційного проекту.

Завдання 3. Обґрунтуйте вирішення зазначеної ситуації.

Ситуація 1. Юридичне обслуговування – це

Ситуація 2. Охарактеризувати таку модель юридичного консультаційного проекту, як модель «водопаду».

Ситуація 3. Розуміння ітеративної моделі та спіральної моделі юридичного консультаційного проекту.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Загальна характеристика моделей юридичного консультаційного процесу.
2. Інкрементна модель юридичного консультаційного проекту.
3. Загальна характеристика матриці Ейзенхауера
4. Основні положення розуміння принципу Парето.
5. Стадії процесу юридичного консультування.

Тема 2.8 Позиція та роль консультанта у консалтинговому процесі

План

- 2.8.1. Ролі та поведінка консультанта
- 2.8.2. Зовнішнє та внутрішнє консультування
- 2.8.3. Професійні риси та здібності консультанта
- 2.8.4. Базові цінності та етичний кодекс консультанта

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Планування консультаційного процесу включає роз'яснення учасникам суті процесу, його етапів, а також різноманітних задач, що передбачають виконання наступних поведінкових ролей: експерт, консультант з ресурсів, з процесу, агітатор, пропагандист, посередник, інструктор, викладач, наставник, помічник, спеціаліст, стратег, суддя, знаходження альтернатив, генератор ідей, дослідник, філософ, кваліфіковане джерело інформації, каталізатор змін.

По відношенню консультанта до організації розрізняють два види консультування – зовнішнє і внутрішнє. При зовнішньому консультуванні організація запрошує сторонніх консультантів на договірній основі. Внутрішнє консультування передбачає постійну роботу консультанта або групи консультантів у штаті підприємства з підпорядкуванням керівнику підприємства.

До зовнішніх консультантів відносять:

1. Великі багатофункціональні консультаційні фірми.

2. Служби, які виконують консультації для керівників великих організацій.

3. Дрібні і середні консультантські фірми.

4. Організації, які надають спеціальні технічні послуги.

5. Консультативні підрозділи.

6. Індивідуальні консультанти.

7. Фахівці, для яких консультування не є основним видом професійної діяльності.

8. Нетрадиційні виконавці консалтингових послуг.

Внутрішнє консультування може бути організовано такими способами:

1. Виділення спеціальної посади консультанта.

2. Організація спеціального підрозділу.

3. Створенням внутрішньофірмового інституту наставництва.

4. Виділення штабної одиниці.

5. Створення штабної структури (штабу).

6. Консультант як тимчасовий керуючий підприємством.

Консультування є складним та багатогранним процесом. Консалтингова діяльність є інтелектуальною, тому вимагає значних інтелектуальних здібностей консультанта. Для консалтингу характерний ризик, робота в умовах невизначеності, стресу, що також висуває особливі вимоги до консультанта, до його соціально-психологічних характеристик. Це обумовлює вимоги щодо наявності у консультанта професійних знань у суміжних сферах.

Виділяють такі *компетенції (вміння)* консультанта: технічна компетентність, міжособистісна комунікативна компетентність, контекстуальна компетентність, адаптивна компетентність, концептуальна компетентність, інтегративна компетентність.

Консультант у процесі роботи повинен дотримуватися певних норм поведінки та базових професійних цінностей. Ці питання є дуже важливими для встановлення продуктивних клієнт-консультантських відносин.

До базових цінностей і принципів роботи консультанта можна віднести наступне:

1. Консультанти здійснюють професійну діяльність тільки у межах своїх компетенцій, які визначаються освітою, формами підвищення кваліфікації та відповідним професійним досвідом.

2. Консультанти здійснюють професійну діяльність в нових галузях або використовують нові методики тільки після їх вивчення, проходження навчання, консультування у компетентних у цих методах фахівців.

3. В областях діяльності, в яких ще не вироблені прийнятні стандарти, методики, необхідно робити все можливе для підвищення компетентності своєї роботи і зниження ризиків клієнтів.

4. Консультанти обговорюють з клієнтами питання конфіденційності та необхідні обмеження на можливе використання інформації, отриманої під час роботи.

5. Консультант здійснює індивідуальний підхід до клієнта, максимально враховуючи ситуацію в організації.

6. Консультант неухильно дотримується договірних зобов'язань та повідомляє клієнта про нові обставини з метою пошуку компромісу.

7. Консультант несе персональну відповідальність за результат.

8. Консультант веде свою діяльність відповідно до чинного законодавства.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

1. Розуміння поняття «юридичний консультаційний процес».
2. Головні види дій юриста за стадіями юридичного консультаційного процесу.
3. Діагностика та формування правової проблеми як одна зі стадій юридичного консультаційного процесу.
4. Критерії відносин суб'єктів юридичного консалтингу.
5. Функції юриста та клієнта за стадіями юридичного консультаційного процесу.

Зміст завдання самостійної роботи

Завдання 1. Запитання для контролю знань і обговорення

1. Що являють собою багатопрофільні консалтингові організації?
2. Що являють собою спеціалізовані консалтингові організації?
3. Що являють собою лідерські консалтингові організації?

4. Розкрийте переваги та недоліки роботи невеликих консалтингових фірм.
5. Розкрийте переваги і недоліки роботи незалежних консультантів.

Завдання 2. Виконайте завдання та обґрунтуйте відповідь:

1. У чому переваги та недоліки роботи клієнтів з невеликою консалтинговою фірмою?
2. У чому переваги та недоліки роботи незалежного консультанта?
3. У чому полягає завдання консультанта?
4. На яких професійних навиках заснована робота консультанта?
5. Якою діяльністю займаються об'єднання консультантів?

Завдання 3.

Ситуація 1. За допомогою Інтернету знайдіть сайти об'єднань консультантів. Опишіть їх функції й основні положення кодексів.

Ситуація 2. Наведіть приклади багатопрофільних, спеціалізованих і лідерських організацій.

Ситуація 3. Складіть анкету для прийому на роботу консультанта в консалтингову фірму.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Основні навички професії консультанта.
2. Негативні моменти внутрішнього консультанта.
3. Типи консалтингової організації, що існують у світі.
4. Відбір консультантів за кваліфікацією.
5. Загальна характеристика професійних об'єднань консультантів.

Питання для підсумкового контролю знань і вмінь

РОЗДІЛ 1

Ринкова інфраструктура

1. Сутність ринку.
2. Ринкові тренди.
3. Сутність та роль ринкової інфраструктури.
4. Структура ринкової інфраструктури.
5. Функції ринкової інфраструктури.
6. Завдання ринкової інфраструктури.
7. Показники оцінки стану ринкової інфраструктури.
8. Інструменти регулювання стану ринкової інфраструктури.
9. Роль та завдання комерційних посередників
10. Види комерційних посередників.
11. Передумови вибору маркетингового посередника
12. Роль та види некомерційних елементів ринкової інфраструктури.
13. Державно-регуляторна інфраструктура.
14. Характеристика окремих елементів некомерційної складової ринкової інфраструктури.
15. Сутність та елементи фінансово-кредитної інфраструктури.
16. Організаційна фінансова інфраструктура.
17. Інструментальна фінансова інфраструктура.
18. Сутність й основні функції складових фінансово-кредитної інфраструктури.
19. Роль та функції інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури. Функції інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури.
20. Засади інформаційної діяльності у межах ринкової інфраструктури.

21. Ефективність функціонування елементів інформаційно-аналітичної ринкової інфраструктури
22. Роль та функції елементів інфраструктури ринку праці
23. Основні посередники врегулюванні ринку праці.
24. Державні та недержавні служби зайнятості.
25. Роль виробництва у забезпеченні функціонування ринку.
26. Транспортна інфраструктура.
27. Логістичні операції.
28. Роль та функції інфраструктури міжнародного ринку.
29. Система елементів інфраструктури міжнародного ринку.
30. Характеристика елементів інфраструктури міжнародного ринку.

РОЗДІЛ 2

Ринок юридичних послуг

1. Поняття та становлення ринку юридичних послуг в Україні.
2. Поняття послуги як правової категорії.
3. Поняття юридичної послуги як правової категорії.
4. Юридичне консультування як напрям юридичної практичної діяльності.
5. Консультаційна діяльність корпоративних юристів: характеристики та організація.
6. Юридичний консалтинг.
7. Юридичні послуги: поняття, головні ознаки та типи.
8. Види юридичних послуг.
9. Особливості розвитку ринку юридичного консалтингу в Україні.
10. Регулювання юридичного консультування.
11. Юридична фірма: сервісні, інтелектуальні та підприємницькі характеристики. Види юридичних фірм.
12. Економічний потенціал юридичної фірми: ресурсний і результативний.
13. Загальна структура юридичної фірми. Сервісні та функціональні підрозділи.
14. Персонал юридичної фірми та його оплата.

15. Середовище та життєвий цикл юридичної фірми.
16. Майно та активи юридичної фірми.
17. Капітал юридичної фірми: визначення та види. Інтелектуальний капітал.
18. Фінансові ресурси та фінансова діяльність юридичної фірми.
19. Краудфандинг у сфері юридичного консалтингу.
20. Витрати юридичної фірми.
21. Доходи та прибуток юридичної фірми. Фінансовий стан юридичної фірми та його оцінка.
22. Ціноутворення на юридичні послуги. Форми оплати юридичних послуг.
23. Особливості економічного механізму та оподаткування діяльності юристів як фізичних осіб – підприємців, адвокатів та їх організацій.
24. Конкурентне середовище та конкурентоспроможність юридичної фірми.
25. Клієнтоорієнтованість як основа конкурентоспроможності юридичної фірми.
26. Система «4С» у юридичному консалтингу.
27. Маркетинг-мікс «8Р» юридичних послуг. Канали заучення клієнтів.
28. Юридичний консультаційний процес та його стадії. Юридичне обслуговування. Юрист-консультант: вимоги та організація часу.
29. Юридична консультація, її види. Юридичний консультаційний проект.
30. Моделі юридичного консультування.
31. Особливості функціонування регіонального ринку юридичних послуг.
32. Проблеми функціонування регіонального ринку юридичних послуг в умовах міжнародної інтеграції.
33. Використання технології pest-аналізу при формуванні стратегій розвитку суб'єктів регіональних ринків.
34. Світовий досвід регулювання ринку правових послуг.
35. Окремі види юридичних послуг зарубіжних.

Термінологічний словник

Виробництво, с. 41.

Державно-регуляторна інфраструктура, с. 23-24.

Інструменти регулювання стану ринкової інфраструктури, с. 15.

Інформаційно-аналітична ринкова інфраструктура, с. 31.

Інфраструктура, с. 7.

Інфраструктура міжнародного ринку, с. 49-50.

Інфраструктура ринку праці, с. 37.

Інфраструктурна діяльність, с. 13.

Комерційні банки, с. 28-29.

Комерційні посередники, с. 17.

Конкурентне середовище юридичної фірми, с. 79-80.

Логістика, с. 44.

Логістичні посередники, с. 45.

Некомерційні елементи ринкової інфраструктури, с. 22-23.

Податкова політика, с. 24.

Показники розвитку ринків, с. 14-15.

Послуга

- сутність, с. 54;

- юридична, с. 54, 62.

Ринок, с. 6.

Ринок праці, с. 36-37.

Ринок юридичних послуг, с. 53.

Ринкова економіка, с. 6.

Ринкова інфраструктура:

- завдання, с. 13;

- сутність, с. 10;

- структура, с. 7;

- функції, с. 7.

Ринкові тренди, с. 8.

Торгові посередники, с. 19.

Транспортна інфраструктура, с. 43.

Фінансово-кредитна ринкова інфраструктура, с. 26-28.

Фінанси юридичної фірми, с. 76-77.

Юридичний консалтинг, с. 59.

Юридичне консультування, с. 57-58.

Юридична фірма, с. 69-70.

Бібліографічний список

Розділ 1

1. Глобальна економіка: навч. посіб. для студентів зі спеціальностей «Економіка», «Маркетинг», «Облік і оподаткування» / за редакцією проф. С.І. Архієреєва. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2018. 192 с.
2. Економіка підприємства: навч. посібн. Уклад. Н.В. Романченко, Т.В. Кожемякіна, К.В. Пічик. Київ: НаУКМА, 2018. 343 с.
3. Іванова Л.О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л.О. Іванова, Б.Б. Семак, О.М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій / уклад. О.В. Боднарук. Маріуполь: ПДТУ, 2020. 174 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни для студентів заочної форми навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» / укладач М.Г. Рега. Мукачєво: МДУ, 2016. 36 с.
6. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / В.М. Пилявець, В.В. Озима, В.П. Заруба. К.: Аграрна освіта, 2015. 255 с.
7. Кібік О.М., Котлубай В.О., Белоус К.В. Менеджмент і маркетинг: навч.-метод. посібн. Одеса. 2017. 116 с.
8. Кібік О.М., Котлубай В.О., Белоус К.В. Теорія бізнесу: навч. посібн. 2-ге вид., випр. і доп. Одеса. 2017. 225 с.
9. Кібік О.М., Редіна Є.В., Хаймінова Ю.В., Скрипник М.О. Менеджмент організацій. Проектний менеджмент: навч.-метод. посібн. Одеса: Фенікс. 2020. 143 с.
10. Кібік О.М., Хаймінова Ю.В., Котлубай В.О., Редіна Є.В. Основи економічної теорії. Економіка та врядування: навч. посібн. Одеса: Фенікс. 2019. 216 с.

11. Кібік О.М., Хаймінова Ю.В., Котлубай В.О., Редіна Є.В. Управління ресурсами. Кадровий менеджмент: навч.-метод. посібн. Одеса: Фенікс. 2018. 126 с.
12. Кібік О.М., Хаймінова Ю.В., Котлубай В.О., Редіна Є.В., Белоус К.В. Стратегічне управління. Антикризове управління: навч. посібн. Одеса: Фенікс. 2019. 208 с.
13. Логістичний менеджмент: конспект лекцій / укл. В.М. Колосок. Маріуполь: ПДТУ, 2018. 154 с.
14. Мельник Т.Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
15. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / С.Ф. Смерічевський, Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, та ін. К.: НАУ, 2019. 164 с.
16. Голда М.Н. Реклама і рекламна діяльність: консп. лекц. / укл.: М.Н. Голда. Тернопіль: ТНГУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.
17. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Стратегія і тактика банківського маркетингу» / Б.Л. Луців, Г.М. Забчук, О.О. Івашук. Вектор. Тернопіль, 2019. 53 с.
18. Основи підприємництва: підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 493 с.
19. Основи ринкової економіки і підприємництва: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Ч. 2 / В.Є. Сафонова, В.Я. Бобров. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. 530 с.
20. Пахаренко О.В. Елементи ринкової інфраструктури: значення в ринковій економіці. Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки». 2021. Випуск 4(96). С. 268–274.
21. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
22. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч. 1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Харків: ХДУХТ, 2018. 116 с.

23. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В.Л. Дикань, А.О. Каграманян, Н.С. Каличева та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
24. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова, А.В. Красноусов та ін. Харків: Іванченка І.С., 2017. 214 с.

Розділ 2

1. Безкровний М. Ф., Кропивко М.Ф., Палеха Ю.І., Іщенко Т.Д. Організація інформаційно-консультаційної діяльності: підручник. Київ: Ліра-К, 2015. 408 с.
2. Безкровний М. Ф., Кропивко М.Ф., Палеха Ю.І., Іщенко Т.Д. Управлінський консалтинг: підручник. Київ: Ліра-К, 2015. 336 с.
3. Верба В.А. Класифікація консультаційних проєктів. Сіверянський літопис. 2007. № 6. С. 174–181.
4. Верба В.А. Консалтинговий проєкт: сутність, ознаки та передумови успішної реалізації. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 4. Т. 4. С. 274–280.
5. Верба В.А. Решетняк Т.І. Організація консалтингової діяльності: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2000. 244 с.
6. Вергуненко Н.В. Трансформація ринку консалтингових послуг. Вісник КНТЕУ. 2013. № 4. С. 15–24.
7. Гончарова М.Л. Управлінське консультування в Україні: основні проблеми, тенденції та напрями розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 2 (164). С. 136–141.
8. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л.С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. 208 с.
9. Марченко О.С., Ярмак О.В. Юридичний консалтинг: сутність та роль у правовій економіці: монографія. Харків: ФОП Данилко Н.С., 2016. 243 с.
10. Марченко О.С. Бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 204 с.

11. Марченко О.С. Ринок послуг юридичного консалтингу в умовах інноваційного розвитку національної економіки: монографія. Харків: Кортес-2001, 2007. 132 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/MONOGRAFII_2009/MARCHENKO_2007.htm
12. Марченко О.С. Юридичний консалтинг в системі правової економіки. *Економічна теорія та право*. 2016. № 4 (27). С. 67–77.
13. Марченко О.С. Сучасні підходи до управління юридичним консалтингом в умовах нової економіки масової співпраці. *Przemiany w nowoczesnym społeczeństwie: aspekty ekonomiczne*. Ополе (Польща). 2017. С. 184–190.
14. Міжнародний консалтинг. Міжнародні економічні відносини: підручник / І.М. Школа, В.М. Козменко, О.В. Бабінська. 2-ге вид., перероб. та доп. Чернівці: Книги-XXI, 2007. С. 265.
15. Охріменко О. О., Кухарук А. Д. Міжнародний консалтинг: навч. посіб. / О. О. Охріменко, А. Д. Кухарук. К.: НТУУ «КПІ», 2016. 184 с.
16. Юридична фірма: пошук моделі ефективного менеджменту: наук.-практ. вид. / Л. С. Шевченко, С. М. Макуха, О. С. Марченко та ін. Харків: Право, 2014. 204 с.

Начальне видання

**О. Кібік, О. Корнілова,
І. Примаченко, Л. Кузнецова**

**РИНКОВА ІНФРАСТРУКТУРА.
РИНОК ЮРИДИЧНИХ ПОСЛУГ**

Навчально-методичний посібник

Електронне видання

В авторській редакції

Формат 60x84/16. Ум-друк. арк. 6,17.
Зам. № 2308–15.

Видавець ПП «Фенікс»
(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1044 від 17.09.02).
Україна, м. Одеса, 65009, вул. Зоопаркова, 25.
e-mail: fenix-izd@ukr.net