

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Кафедра економічної теорії

СТРАТЕГІЧНИЙ БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ

**Завдання для самостійної роботи
на час карантину**

Теми 6-8

Викладач – проф. Шевченко Л.С.

Харків 2020

Тема 6. Консалтингові послуги з розроблення та реалізації функціональних стратегій бізнес-організації

План

1. Консультування щодо розроблення та реалізації маркетингової стратегії.
2. Консультування щодо розроблення та реалізації кадрової стратегії.
3. Консультування щодо розроблення та реалізації виробничої стратегії.
4. Консультування щодо розроблення зовнішньоекономічної стратегії.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Запитання для самоконтролю

1. Яких консалтингових послуг потребує клієнт для розробки і реалізації маркетингової стратегії? Які маркетингові стратегії йому може порекомендувати консультант?
2. Яких консалтингових послуг потребує клієнт для розробки і реалізації кадрової стратегії? Які кадрові стратегії йому може порекомендувати консультант?
3. Яких консалтингових послуг потребує клієнт для розробки і реалізації виробничої стратегії? Які стратегії досягнення високої якості продукції/послуг йому може порекомендувати консультант?
4. У чому сутність консалтингу зовнішньоекономічної діяльності бізнес-організації? Які стратегії виходу бізнес-організації на міжнародні ринки може порекомендувати бізнес-консультант?

Практичні завдання

1. Найдіть у друкованих ЗМІ (газетах, журналах) або в Інтернеті рекламні повідомлення, які відповідають різним концепціям маркетингу. Чи правильно рекламодавець розмістив рекламу?

2. Ознайомтеся з результатами дослідження консалтингової компанії Gallup «Стан глобальної робочої сили», опублікованими у статті:

Just 15% of employees are engaged. The rest lose \$7 trillion in productivity. URL: <https://www.consultancy.uk/news/17247/just-15-of-employees-are-engaged-the-rest-lose-7-trillion-in-productivity>

Як ви вважаєте, чому тільки 15% працівників у всьому світі (опитуванням охоплено 155 країн) відчувають себе зайнятими своєю роботою? Цей показник є різним по країнах, але ніколи не перевищував 40%. Проконсультуйте фірму, як залучити працівників до роботи, підвищити їх продуктивність праці і не допустити втрачених вигод.

Тестові питання

1. Професійна діяльність у сфері ринку, пов'язана з пошуком покупців, встановленням їх потреб, розробкою відповідних товарів, просуванням їх на ринок, стимулюванням продажів, налагодженням комунікацій тощо, називається:

- а) менеджмент;
- б) маркетинг;
- в) управління фінансами;
- г) страхування бізнесу;
- д) рекламування бізнесу.

2. Орієнтованість організації (фірми) на задоволення розумних, здорових потреб покупців, захист і поліпшення навколишнього середовища, вирішення екологічних проблем, зміцнення добробуту споживача і суспільства в цілому визначає сутність однієї з

концепції маркетингу, а саме:

- а) концепції вдосконалення виробництва;
- б) концепції вдосконалення товару;
- в) концепції інтенсифікації комерційних зусиль;
- г) концепції соціально-етичного маркетингу;
- д) концепції творчого маркетингу.

3. Діяльність фірми, спрямована на вибір товарних ринків, на яких у фірми є явна конкурентна перевага, а також на опрацювання стратегій і програм діяльності на кожному з таких ринків, називається:

- а) тактичний маркетинг;
- б) стратегічний маркетинг;
- в) операційний маркетинг;
- г) творчий маркетинг;
- д) інтегрований маркетинг.

4. До функцій стратегічного маркетингу не входить:

- а) аналіз маркетингового середовища фірми;
- б) аналіз потреб покупців і визначення базового ринку;
- в) сегментація ринку на мікро- і макрорівні;
- г) відбір цільових ринків (сегментів), обґрунтування їх привабливості;
- д) поточний контроль за діяльністю торгових агентів фірми.

5. Комплекс просування товару – це:

- а) реклама;
- б) персональне просування;
- в) торгівля;
- г) публічні відносини (*public relations*);
- д) реклама, персональне просування, публічні відносини, стимулювання продажів товару.

6. Матриця І. Ансоффа – це:

- а) матриця «зростання – частка ринку»;
- б) матриця «привабливість галузі (ринку) – конкурентоспроможність»;
- в) матриця «значення виробництва – конкурентоспроможність»;
- г) матриця «стадія еволюції ринку – конкурентна позиція бізнесу»;
- д) матриця «можливостей по товарах/ринках».

7. Яку із стратегій, запропонованих у матриці І. Ансоффа, ви як консультант порекомендуєте клієнту для збільшення збуту існуючих товарів на існуючих ринках за допомогою прийомів агресивного маркетингу?

- а) стратегію розвитку ринку;
- б) стратегію проникнення на ринок;
- в) стратегію розроблення нових продуктів;
- г) стратегію диверсифікації;
- д) стратегію виведення продукту з ринку.

8. Яку з кадрових стратегій ви як консультант порекомендуєте менеджменту фірми, якщо є стійкий прогноз щодо надлишку працівників?

- а) стратегію розвитку колективу;
- б) стратегію збереження колективу;
- в) стратегію скорочення кількості зайнятих;
- г) стратегію найму персоналу через кадрові агентства;
- д) стратегію формування персоналу.

9. Яку з кадрових стратегій ви як консультант порекомендуєте менеджменту

фірми, коли внутрішній попит на працю перевищує її внутрішню пропозицію?

- а) стратегію розвитку колективу;
- б) стратегію збереження колективу;
- в) стратегію скорочення кількості зайнятих;
- г) стратегію аутстафінгу;
- д) стратегію аутсорсингу.

10. Які послуги з аутстафінгу персоналу може надавати кадрове агентство?

- а) за договором із фірмою-замовником зараховує до свого штату її персонал (шляхом укладення з працівниками строкового трудового договору) або спеціально наймає для неї працівників;
- б) щомісячно виплачує працівникам компенсацію – зарплату, премії, допомогу з тимчасової непрацездатності, компенсацію за відпустки тощо та виконує інші функції;
- в) розрахунки й відрахування індивідуальних податків;
- г) проведення необхідних кадрових процедур відповідно до чинного законодавства;
- д) усі відповіді правильні.

11. Що властиве для аутсорсингу персоналу як послуги кадрового агентства?

- а) передача організацією на підставі цивільно-правової угоди своїх непрофільних функцій на обслуговування іншій зовнішній компанії, що спеціалізується у відповідній області;
- б) купівля організацією-користувачем послуги, а не праці конкретних працівників;
- в) ті, що послуга купується регулярно, і працівники агентства працюють на території організації-замовника, використовуючи його виробничі фонди в його інтересах;
- г) те, що на аутсорсинг найчастіше передаються такі функції організацій, як ведення бухгалтерського обліку, юридичні, рекламні, транспортні послуги, підтримка роботи комп'ютерної мережі та інші;
- д) усі відповіді правильні.

Список рекомендованої літератури

основна

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д. Управлінський консалтинг: підручник. Київ: Ліра-К, 2015. 336 с.

Менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2013. 136 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2013/Menedgment_2013.pdf.

Шевченко Л. С. Введение в маркетинг: учеб.-практ. пособие. Харьков: Консум, 2000. 672 с.

Шевченко Л. С. Конкурентное управление: учеб. пособие. Харьков: Эспада, 2004. 520 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 302 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг в економічній сфері. *Modern management: economy and administration*. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. Pp. 102-108.

додаткова

Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами. Киев: ДМК, 2014. 320 с.

Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / Гевко О. Б., Шведа Н. М. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.

Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. Бутка М. П. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 376 с.

Тема 7. Консалтингові послуги з розроблення та реалізації інноваційної стратегії бізнес-організації. Цифрова стратегія фірми

План

1. Інноваційна діагностика фірми (організації). Критерії вибору консультантом базової стратегії інноваційного підприємства.
2. Консультування щодо розроблення стратегії забезпечення технологічного лідерства.
3. Консультування щодо розроблення імітаційної стратегії інноваційного підприємства. Аргументація консультанта вибору стратегій наслідування лідера, копіювання дій лідера, удосконалення.
4. Консультування щодо переваг і недоліків венчурної стратегії інноваційного підприємства. Оцінка консультантом альтернатив фінансування: венчурний капітал, венчурні фірми, венчурні фонди.
5. Консультування щодо розроблення проектної стратегії інноваційного підприємств. Експертиза та методи вибору оптимальних інноваційних проектів. Сучасні методики та технології фінансування інноваційних процесів та проектів.
6. Консалтинг створення, розвитку і фінансування інноваційних компаній (start-up). Стартап як інноваційний проект та новостворена компанія: поняття, види, стратегії розвитку, консалтинговий супровід реалізації.
7. Цифрова трансформація бізнесу. Консалтинг розроблення цифрових і он-лайн стратегій організацій. Консалтинг з питань формування цифрової фірми та перебудови її системи управління.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Запитання для самоконтролю

1. З якою метою розробляється інноваційна стратегія фірми (підприємства)?
2. За яких умов потрібно розробляти конкурентну інноваційну стратегію? Порівняйте наступальну та оборонну стратегії. Як передбачити можливий момент початку атаки фірм-конкурентів? Які економічні наслідки це має?
3. Охарактеризуйте основні конкурентні інноваційні стратегії: стратегію випередження конкурентів, стратегію блокування та стратегію кооперації.
4. Що таке стратегія забезпечення технологічного лідерства?
5. Розкрийте особливості імітаційної стратегії інноваційного підприємства. За яких умов доцільно обрати стратегію наслідування лідера? Копіювання? Удосконалення продукції?
6. Що таке венчурна стратегія? Яку роль в її реалізації відіграють венчурні фірми і венчурні фонди? За яких умов бізнес-консультант має порекомендувати цю стратегію?
7. Що таке проектна стратегія фірми? Які методи експертизи та вибору оптимальних інноваційних проектів повинен застосувати консультант?
8. Як здійснити консультаційний супровід упровадження стартапу?
9. Що таке цифрова та он-лайн стратегії фірми?
10. Якою має бути управлінська структура цифрової організації?

Практичні завдання

1. Сформулюйте своє ставлення до такої проблеми.

У методологічних положеннях зі статистики інноваційної діяльності, виданих Державною службою статистики України, записано: «*Інноваційно-активне підприємство* – підприємство, що в період обстеження займалося діяльністю, пов'язаною зі створенням інновацій, незалежно від того, чи привела така діяльність до реального впровадження інновацій». А «*інноваційне підприємство* (організація) – юридична особа, що впроваджувала будь-яку інновацію за визначений період часу» (Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2013/03/metod.zip).

Однак у ст. 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» законодавець визначив поняття

«інноваційне підприємство» інакше: «Інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг». У статті 16 цього ж Закону записано: «Інноваційним підприємством визнається підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, якщо більше ніж 70 відсотків обсягу його продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція» (Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show>).

Причому Законом не передбачено реєстрацію інноваційних підприємств. Статус інноваційного підприємства надається Державною фіскальною службою на підставі даних, що надходять від суб'єктів інноваційної діяльності, тобто протягом певного часу підприємство може мати цей статус, а протягом іншого періоду часу може і не мати.

2. Проаналізуйте рейтинг інноваційних компаній України, складений у 2016 р. фахівцями Forbes (Врятувати майбутнє: перший рейтинг інноваційних компаній України). URL: // <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1416757-vryatuvati-majbutne-pershij-rejting-innovacijnih-kompanij-ukrayini#20>.

Яким, на Вашу думку як бізнес-консультанта, критеріям має відповідати інноваційна компанія? У яких галузях можна очікувати появу інноваційних компаній в Україні?

3. У вигляді аналітичної записки обґрунтуйте необхідність створення у фірмі спеціального підрозділу з управління цифровими програмами та впровадження посади головного цифрового директора (CDO).

Тестові питання

1. Виконання яких функцій інноваційного менеджменту ви як консультант маєте порадити менеджерам клієнтської фірми?

- а) планування НДДКР;
- б) стимулювання інноваційної діяльності працівників підприємства (фірми);
- в) створення організаційної структури управління інноваційним процесом;
- г) оцінки ефективності інноваційної діяльності (результатів НДДКР) та рівня конкурентоспроможності підприємства в інноваційній сфері;
- д) усі відповіді правильні.

2. Комплексний план досягнення цілей підприємства за допомогою нових технологій, нових засобів та методів діяльності; певний алгоритм дій з упровадження нововведень у діяльність компанії називається:

- а) маркетингова стратегія;
- б) корпоративна стратегія;
- в) інноваційна стратегія;
- г) фінансова стратегія;
- д) кадрова стратегія.

3. Для стратегії забезпечення технологічного лідерства не властиве:

- а) тісний зв'язок з конкурентною моделлю управління інноваційною діяльністю;
- б) переконаність у тому, щоб стати технологічним лідером у галузі та на ринку, фірма повинна мати сильну технологічну позицію (високий ступінь новизни продукції, власну дослідницьку базу, постійно займатися науково-дослідною діяльністю, наявність висококваліфікованого персоналу тощо);
- в) переконаність у тому, щоб стати технологічним лідером у галузі та на ринку, фірма повинна мати сильну конкурентну позицію (значну частку ринку, стабільні позиції в конкурентній боротьбі);
- г) отримання підприємством, що пропонує ринку товар-новинку, значно більших

прибутків порівняно з іншими підприємствами;

д) реалізація стратегії малими підприємствами (як правило).

4. Стратегія наслідування лідера передбачає:

а) внесення суттєвих змін до інновації лідера, удосконалення її, що приводить до інновації другої хвилі;

б) використання стратегії переважно транснаціональними компаніями;

в) компанія повністю повторює інноваційну ідею лідера галузі;

г) покращання продукції з метою зменшення її собівартості;

д) відсутність конкуренції в галузі.

5. Стратегія копіювання передбачає:

а) інноваційний розвиток реактивного характеру: компанія бере інновацію лідера і вносить до неї якісь суттєві зміни, удосконалює її, одержуючи цим інновацію другої хвилі;

б) використання стратегії переважно транснаціональними компаніями;

в) компанія повністю повторює інноваційну ідею лідера або того, хто лідера наслідує;

г) покращання продукції з метою зменшення її собівартості;

д) наявність сильної технологічної позиції в галузі.

6. Для стратегії удосконалення властиве:

а) інноваційний розвиток реактивного характеру: компанія бере інновацію лідера і вносить до неї якісь суттєві зміни, удосконалює її, одержуючи цим інновацію другої хвилі;

б) цілковите повторення компанією інноваційної ідеї лідера або того, хто лідера наслідує;

в) покращання продукції з метою зменшення її собівартості;

г) наявність сильної технологічної позиції в галузі;

д) наявність сильної конкурентної позиції в галузі.

7. Тимчасові організаційні структури, зайняті розробкою наукових ідей і перетворенням їх на нові технології і продукти, створювані задля апробації, доробки і доведення до промислової реалізації «ризикових» інновацій, називаються:

а) венчурні фірми;

б) венчурні фонди;

в) інноваційні банки;

г) страхові компанії;

д) товарні біржі.

8. Стратегія, спрямована на використання в інноваційній діяльності підприємства послуг та венчурного капіталу ризикових дослідницьких компаній і підрозділів, називається:

а) імітаційна;

б) конкурентна;

в) венчурна;

г) удосконалення;

д) технологічного лідерства.

9. Яка з рис не властива стартапам?

а) тимчасова структура для пошуку подальшої бізнес-моделі розвитку;

б) організація, що створює новий продукт або послугу в умовах високої невизначеності;

в) компанія, яка швидко зростає за ключовими показниками;

г) культурний феномен інноваційного суспільства;

д) орієнтація на довготермінове існування.

10. На якому з етапів розвитку стартапу відбувається пошук інвесторів?

а) посівному (Pre-Seed stage);

б) запуску (Startup Stage);

в) зростання (Growth Stage);

- г) розширення (Expansion Stage);
- д) виходу (Exit Stage).

11. Хто такі «єдинороги»?

- а) стартапи, що коштують понад 1 млн доларів;
- б) стартапи, що коштують понад 10 млн доларів;
- в) стартапи, що коштують понад 100 млн доларів;
- г) стартапи, що коштують понад 1 млрд доларів;
- д) стартапи, що коштують понад 10 млрд доларів.

12. Фізична особа, яка готова вкладати власні кошти в стартап на початковому (і навіть нульовому) етапі та допомагати своїми діловими зв'язками в обмін на частку в майбутньому підприємстві, називається:

- а) бізнес-інкубатор;
- б) бізнес-акселератор;
- в) бізнес-ангел;
- г) венчурний фонд;
- д) краудфандинговий проект.

Список рекомендованої літератури

основна

Економіка інтелектуальної власності: наук.-метод. матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2015. 120 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12373/1/Shevchenko_2015.pdf.

Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. 208 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2011/0019.pdf.

Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: підручник. Київ: Каравела, 2015. 464 с.

Менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2013. 136 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/OLN_TEXT/POSIBNIKI_2013/Menedgment_2013.pdf.

Розроблення стартап-проекту: метод. рекомендації до виконання розділу магістер. дисертацій для студентів інженер. спеціальностей / за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ: НТУУ «КПІ», 2016. 28 с. URL: http://kaf-pe.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/04/roz_startap_proektiv_met_vk.pdf.

Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 302 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч. посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 155 с. (розміщено в АСУ).

додаткова

Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами. Киев: ДМК, 2014. 320 с.

Кристенсен К. М., Рейнор М. Е. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. Москва: Альпина Паблишер, 2018. 292 с.

Левковець О. М. Інноваційний консалтинг як технологія управління розвитком бізнес-організації. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35). С. 81-98.

Левковець О. М. Юридичні послуги в сфері інтелектуальної власності: економічна і соціальна ефективність. *Економічна теорія та право*. 2016. № 3 (26). С.124-137.

Марченко О. С., Ярмак О. В. Національна інноваційна система як інтегратор знань: монографія. Харків: Изд. дом «Инжек», 2012. 250 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/1125/1/Marchenko_2012.pdf.

Нематеріальна економіка: управління формуванням і використанням інтелектуального капіталу: монографія / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2014. 404 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12375/1/Shevchenko_2014.pdf.

Нематеріальна економіка та управління формуванням і використанням інтелектуального

капіталу: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Економічна теорія та право. 2013. № 3 (14). С. 217-349. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/handle/123456789/11014?mode=full>.

Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти / наук. керівник проекту акад. НАН України М. З. Згуровський. Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. Київ: НТУУ «КПІ», 2015. 136 с. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Foresight-2015.pdf>

Шевченко Л. С. Економічний механізм становлення інноваційного суспільства в Україні. Економічні пріоритети інноваційного розвитку вищої школи України. *Концептуальні засади становлення інноваційного суспільства в Україні*: колективна монографія / С. М. Іванов, Г. П. Клімова, Л. С. Шевченко, А. М. Юшко; за наук. ред. Г. П. Клімової. Харків: Право, 2015.

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг в економічній сфері. *Modern management: economy and administration*. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. Pp. 102-108.

Шевченко Л. С. Університетська освіта: економічні пріоритети та управління розвитком: монографія. Харків: Право, 2016. 188 с.

Global Innovation Index 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>

Тема 8. Консалтингові послуги з розроблення та реалізації корпоративної правової стратегії фірми

План

1. Юридична діагностика фірми (організації) як сучасний напрям роботи бізнес-консультанта. Розроблення правової стратегії бізнес-організаціями.
2. Основні типи правової стратегії: стратегія уникнення закону; стратегія дотримання законів; стратегія запобігання, або попередження (профілактики) правопорушень; стратегія цінності; стратегія трансформації.
3. Надання консультаційної допомоги з використання основних юридичних інструментів реалізації правової стратегії. *Due diligence*: сутність, мета, актуальні напрями.
4. *Compliance*: сутність, сфери застосування, взаємозв'язок із ризик-менеджментом. Антикоруptionний *compliance*.
5. *Forensic*: сутність, рекомендації щодо застосування. Поняття *forensic*-аудиту.
6. *Investor relations*. Консультування клієнтів з питань організації взаємодії з інвесторами; попередження недружнього збагачення учасників інвестиційного проекту, розвитку інвестиційного потенціалу фірми.
7. *Government relations*. Консультування клієнтів з питань взаємодії з органами державної влади в процесі реалізації підприємницьких проектів. Організація роботи і функції GR-менеджера.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Запитання для самоконтролю

1. Що таке юридична діагностика фірми? Які консультанти можуть її здійснити?
2. Навіщо розробляти корпоративну правову стратегію? Виникнення яких правових ризиків має упередити розроблення такої стратегії?
3. Які з правових стратегій спрямовуються на подолання правових ризиків, а які стратегії – на розвиток бізнес-організації?
4. Як провести *due diligence*? Як ви як консультант поясните клієнту сутність і мету *due diligence*?
5. У чому сутність *compliance*? Який зв'язок цієї практики з ризик-менеджментом?
6. Як організувати консультування клієнтів з питань взаємодії з інвесторами?

7. Як організувати консультування клієнтів з питань взаємодії з органами державної влади в процесі реалізації підприємницьких проектів?

8. Наскільки актуальною для українського бізнесу є запровадження у фірмах посади GR-менеджера?

Практичне завдання

1. Проаналізуйте економічні та правові ризики відомої Вам бізнес-організації. Запропонуйте як консультант одну з корпоративних правових стратегій. Своє рішення аргументуйте.

Тестові питання

1. Система управлінських відносин і дій, які базуються на знанні та дотриманні управителями норм права, регламентуються чинним законодавством, а в середині організації – посадовими інструкціями з чітким визначенням та оптимальним розподілом юридичних прав та обов'язків менеджерів, називається:

- а) фінансовий менеджмент;
- б) маркетинговий менеджмент;
- в) юридичний менеджмент;
- г) кадровий менеджмент;
- д) інноваційний менеджмент.

2. Корпоративну правову стратегію визначають такі особливості:

- а) має за основу перспективне прогнозування і планування;
- б) спирається на виявлення довгострокових трендів розвитку бізнес-організації;
- в) розробляється для бізнес-організацій, які діють в умовах невизначеності;
- г) спрямована на виявлення можливих економічних і правових ризиків у діяльності бізнес-організації;
- д) усі відповіді правильні.

3. Ризик виникнення збитків бізнес-організацій під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього правового середовища в консалтингу називається:

- а) економічним;
- б) соціальним;
- в) юридичним;
- г) техногенним;
- д) психологічним.

4. Причиною правових ризиків бізнес-консультанти не вважають:

- а) зміну законодавства;
- б) внесення не погоджених з юристами змін у типові форми договорів під час їх укладення;
- в) недобросовісні дії з боку співробітників компанії або контрагентів під час укладення договору та його виконання;
- г) оскарження факту укладення або виконання договору;
- д) зміну курсу валют.

5. Керівники бізнес-організації, які вважають право (закон) перепорою для досягнення бажаних бізнес-цілей, стверджують, що юридична експертиза має невелику цінність, тому не докладають зусиль для того, аби вона відбулася, дотримуються однієї з корпоративних правових стратегій, а саме стратегії:

- а) уникнення (ігнорування) права;
- б) дотримання норм права;
- в) запобігання правопорушенням, або попередження (профілактики);
- г) зростання цінності і вартості бізнесу;
- д) трансформації.

6. Керівники бізнес-організації, які визнають право (закон) обмежувачем бізнес-діяльності, якого, однак, потрібно дотримуватися, обрали одну з корпоративних правових стратегій, а саме стратегію:

- а) уникнення (ігнорування) права;
- б) дотримання норм права;
- в) запобігання правопорушенням, або попередження (профілактики);
- г) зростання цінності і вартості бізнесу;
- д) трансформації.

7. Керівники бізнес-організації, які намагаються використовувати право (закон) для мінімізації бізнес-ризиків, обрали одну з корпоративних правових стратегій, а саме стратегію:

- а) уникнення (ігнорування) права;
- б) дотримання норм права;
- в) запобігання правопорушенням, або попередження (профілактики);
- г) зростання цінності і вартості бізнесу;
- д) трансформації.

8. Керівники бізнес-організації, які намагаються використовувати право (закон) для створення нових ділових можливостей розвитку фірми та зростання рентабельності її бізнесу, обрали одну з корпоративних правових стратегій, а саме стратегію:

- а) уникнення (ігнорування) права;
- б) дотримання норм права;
- в) запобігання правопорушенням, або попередження (профілактики);
- г) зростання цінності і вартості бізнесу;
- д) трансформації.

9. Керівники бізнес-організації, які намагаються інтегрувати корпоративну правову стратегію в бізнес-модель та бізнес-екосистему фірми, обрали одну з корпоративних правових стратегій, а саме стратегію:

- а) уникнення (ігнорування) права;
- б) дотримання норм права;
- в) запобігання правопорушенням, або попередження (профілактики);
- г) зростання цінності і вартості бізнесу;
- д) трансформації.

10. Встановлення незалежними експертами достовірності фінансової, податкової та статистичної звітності, правильності оформлення установчих та інших документів, їх відповідності законодавству та внутрішнім вимогам називається:

- а) due diligence;
- б) compliance;
- в) forensic;
- г) investor relations;
- д) government relations.

11. Напрацювання рекомендацій з управління небезпеками, які виникають через недотримання або навіть нерозуміння принципів добросовісної поведінки на ринку, вимог законодавства, правил і стандартів наглядових органів, галузевих асоціацій та самоврядних організацій, кодексів корпоративної поведінки (етики), політики конфіденційності даних, правил використання інсайдерської інформації тощо, називається:

- а) due diligence;
- б) compliance;
- в) forensic;
- г) investor relations;

д) government relations.

12. Діяльність із виявлення ключових господарських ризиків, аналізу та врегулювання фінансово-правових спорів та інших конфліктних ситуацій, які виникають між діловими партнерами, у тому числі через підозри у вчиненні злочинів окремими співробітниками чи навіть організаціями (корупції, шахрайстві, розкраданні активів компанії тощо), називається:

- а) due diligence;
- б) compliance;
- в) forensic;
- г) investor relations;
- д) government relations.

13. Правова підтримка взаємодії з інвесторами та запобігання недружньому збагаченню учасників інвестиційного проекту, пріоритетне встановлення ефективних комунікацій з тими інвесторами, які можуть позитивно впливати на ринкову вартість фірми, називається практикою:

- а) due diligence;
- б) compliance;
- в) forensic;
- г) investor relations;
- д) government relations.

14. Встановлення менеджментом взаємодії з органами державної влади з метою успішної діяльності фірми та реалізації підприємницьких проектів називається:

- а) due diligence;
- б) compliance;
- в) forensic;
- г) investor relations;
- д) government relations.

Список рекомендованої літератури

основна

Марченко О. С., Ярмак О. В. Юридичний консалтинг: сутність та роль у правовій економіці: монографія. Харків. 2016. 243 с.

Марченко О. С. Сучасні підходи до управління юридичним консалтингом в умовах нової економіки масової співпраці. Przemiany w nowoczesnym społeczeństwie: aspekty ekonomiczne. Opole: 2017. Рр. 184-190.

Шевченко Л. С. Корпоративна правова стратегія: сутність, типи, особливості реалізації. *Економічна теорія та право*. 2019. № 1 (36). С. 104-120. DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2019-36-1-104> (1,05 д.а.).

Шевченко Л. С. Innovative transformations of the legal business and legal education. *Економічна теорія та право*. 2017. № 3 (30). С. 64-73.

Шевченко Л. С. Law & Management: новий напрям наукових досліджень та управлінської практики. *Development trends in legal science and practice: the experience of countries of Eastern Europe and prospects of Ukraine* / edited by authors. Riga: SIA "Izdevnieciba "Baltija Publishing". 2018. Рр. 218-239. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-571-29-9>. Retrieved from <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/legal-science>.

додаткова

Марченко О. С. Юридичний консалтинг у системі правової економіки *Економічна теорія та право*. 2016. № 4. С. 67-76. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/юридичний-консалтинг-у-системі-право/>.

Марченко О. С. Юридичні практики «рго вопо»: зміст та чинники розвитку в Україні.

Економічна теорія та право. 2017. № 2 (29). С. 50-60.

Марченко О. С. Legal support in the legal consulting system: meanings and forms (Правова допомога в системі юридичного консалтингу: змістовні рівні та форми). *Економічна теорія та право*. 2017. № 4 (31). С. 83-93.

Марченко О. С. Соціально-економічна ефективність юридичного консалтингу у контексті інвестиційного підходу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 2 (33). С. 91-107.

Марченко О. С. Макро- та мікроекономічні критерії ефективності юридичного консалтингу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 3 (34). С. 92-105.

Шевченко Л. С. Конкурентна діагностика юридичної фірми: світовий досвід та його запровадження в Україні. *Економічна теорія та право*. 2016. № 1 (24). С. 76-86.

Шевченко Л. С. Конкурентне управління юридичною фірмою. *Економічна теорія та право*. 2016. № 3 (26). С. 113-123.