

УДК [338.467:34] (477)

І.М.Школа, д.е.н.,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,

О.О.Хохуляк,

Буковинський університет,

м. Чернівці

ОЗНАКИ ЮРИДИЧНОЇ ПОСЛУГИ ЯК ОБ'ЄКТА КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розкриваються ознаки юридичної послуги як об'єкта комерційної діяльності. Встановлено, що юридичній послугі як елементу соціально-економічної діяльності притаманні загальні ознаки послуг. Зазначимо, що специфічна сфера реалізації та суб'єктний склад наділяють юридичну послугу спеціальними, відмінними від інших послуг ознаками.

В статті розкриваються признаки юридической услуги как объекта коммерческой деятельности. Установлено, что юридической услуге как элементу социально-экономической деятельности присущи общие признаки услуг. Отмечено, что специфическая сфера реализации и субъектный состав наделяют юридическую услугу специальными, отличительными от других услуг признаками.

In the article the signs of legal favour open up as an object of commercial activity. It is set that to the legal favour, as to the element of socio-economic activity, inherent general signs of services. It is well-proven that the specific sphere of realization and subject composition provide with a legal favour the special, different from other services signs.

Ключові слова: ринок юридичних послуг, ринок послуг, юридична послуга, ознаки юридичної послуги.

Будь-яка комерційна діяльність, незалежно від рівня її узагальнення чи деталізації, не може існувати та розвиватись без сфери послуг. Послуги (як об'єкт комерційної діяльності) пронизують усі сторони людського буття та функціонування суспільства. Як зазначає Ф.Котлер, послугою є будь-яка діяльність, комплекс заходів або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій [12, с. 76]. Із розвитком ринкових відносин та демократизацією українського суспільства, невід'ємною, атрибутивною ознакою сучасної економічної системи – поряд з іншими ринками (товарів та послуг) – є функціонування ринку юридичних послуг. Так, за даними Держслужби статистики, за період 2002–2009 рр. обсяг юридичних послуг зріс із 652, 5 млн. грн. до 7980, 1 млн. грн. [19, с. 300]. Становлення та бурхливий розвиток даного ринку зумовлює переосмислення домінуючих донедавна доктринальних підходів до діяльності юриста, суті та змісту юридичної послуги як об'єкта такої діяльності. У зв'язку з цим, актуальними залишаються теоретичні та прикладні дослідження соціально-економічної природи юридичної послуги, виявлення її властивостей, характеристик та ознак як об'єкта комерційної діяльності.

Незважаючи на те, що категорія «юридична послуга» активно використовується у юридичній та економічній науці, комплексних досліджень її соціальної та економічної природи, ознак та властивостей сьогодні практично немає. Предметом досліджень представників юридичної науки, таких як В.Богославець, В.Васильєва, В.Жуков, Д.Степанов, О.Сукманова, О.Тихомиров, О.Щуковська, Б.Юровський та інші, виступають переважно проблеми нормативно-правової регламентації юридичних послуг.

Сучасною економічною наукою вивчення соціальної та економічної природи

юридичних послуг здійснюється у контексті дослідження сфери послуг загалом (В.Апопій, Б.Буркинський, О.Гаврилюк, Н.Внукова, О.Іщенко, Ю.Коваленко, А.Мельник, О.Михайлов, І.Олексин, А.Сидорова, М.Соколов, Л.Співак, Н.Шутовська, Т.Футало та низки інших). У зв'язку з цим важливими для економічної та правової науки є наукові розробки, присвячені вивченню економічної природи юридичної послуги, її соціальної ролі в сучасних динамічних суспільних відносинах.

Метою статті є дослідження юридичних послуг як об'єкта комерційної діяльності шляхом визначення їх загальних та спеціальних ознак.

У міжнародній методології обліку та статистики на даний час використовується визначення послуг, зафіксоване в довіднику «Лібералізація міжнародних операцій з послугами», розробленому ЮНКТАД і Світовим банком у середині 90-х рр., де значиться: «Послуги – зміна в стані інституціональної одиниці, що відбулася в результаті дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею» [23, с. 41]. Таке загальне й абстрактне визначення поняття послуг пояснюється їхньою надзвичайною різноманітністю. Адже тільки класифікація ГАТТ / ВТО включає більше 600 різновидів послуг. Ця класифікація послуг базується на Міжнародній стандартизованій промисловій класифікації, прийнятій ООН і визнаній більшістю країн світу [23, с.42].

У визначеннях суті послуги (як економічної категорії) можна відзначити декілька принципів підходів: продуктовий, дієвий та процесний. За продуктовим підходом, послуга – це зміна стану особи або товару, що належить певній економічній одиниці; відбувається в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Під послугою розуміється робота, яка виконується для задоволення потреб і потреб клієнтів, має кінцевий результат та певну вартість [13, с. 118]. За дієвим підходом, класики економічної теорії визначали поняття «послуги» як корисної дії тієї або іншої вартості [14, с. 413]. Послуга, в розумінні К.Маркса, становить собою особливу споживну вартість праці, яка визначає послуги не як речі, а як діяльність. Тобто, послуга тлумачиться як діяльність виконавця, що не має майнового, уречевленого втілення, і як результат, невіддільний від цієї діяльності [4, с. 24]. За процесним підходом, послуга – це процес, ряд дій. Ці дії можуть бути інструментом для виробництва цінності; вони можуть створити цінність, але самі не є самостійною цінністю. Якщо якісь дії корисні лише для того, хто їх здійснює, то вони не можуть вважатися послугою. На думку К.Гренрооса, послуга – це процес, що включає серію (або декілька) невідчутних дій, які при необхідності відбуваються при взаємодії між покупцями та обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системами підприємства – постачальника послуг. Цей процес спрямований на розв'язання проблем покупця послуги [3, с. 46].

У науковій літературі існують різні підходи також і до визначення юридичної

послуги. З правової точки зору, на думку С.Сліпченко та В. Кройтор, юридична послуга є різновидом правомірних дій, які здійснюються з метою виконання майнового обов'язку і не пов'язані зі створенням матеріального блага [9, с. 4]. О.Тихомиров визначає послугу як діяльність громадянина чи юридичної особи, що спрямована на задоволення потреб інших осіб, за винятком діяльності, здійснюваної на основі трудових правовідносин [22, с. 95]. На думку М.Брагінського, послуга є поєднанням двох елементів: мети, на досягнення якої спрямована послуга (допомога, користь), і засобів досягнення цієї мети (певні дії) [6, с. 241]. Точка зору економістів висловлюється в роботі Л.Шевченко, яка визначає юридичні послуги як певні професійні дії фахівців із права, спрямовані на задоволення потреб чи забезпечення вигод фізичних та юридичних осіб у процесі надання їм юридичної допомоги на комерційній основі. Саме зазначені професійні дії є об'єктом купівлі-продажу на ринку юридичних послуг [8, с. 112], а комерційна основа надання цих послуг забезпечує реалізацію економічних інтересів фахівців з права (фізичних чи юридичних осіб).

На наш погляд, усі зазначені визначення не відображають соціальної та економічної природи юридичної послуги, яка полягає в задоволенні потреб споживачів та отриманні доходів її надавачів. Вважаємо, що найбільш доцільним є визначення юридичних послуг як об'єкта комерційної діяльності шляхом вивчення їх критеріїв, ознак та характеристик. При цьому відзначимо, що навіть питання ознак юридичної послуги є неоднозначним в економічній та правовій науках. Так, на думку В.Жукова і Б.Юровського, до ознак, властивих кожній послугі, слід віднести: 1) невідчутність; 2) невіддільність від джерела; 3) мінливість якості; 4) незбережуваність; 5) довірчий (конфіденційний) характер самої діяльності щодо надання послуг [10, с. 20]. Поряд із названими ознаками, О.Тихомиров указував на її невлонимість, високий ступінь невизначеності [23, с. 112]. С.Співак зазначає, що послуги характеризуються невизначеною адресністю і не можуть існувати поза конкретним індивідуальним контактом зі споживачами [18, с. 11]. В.Васильєва вказує на безповоротність послуги, як її атрибутивну властивість [7, с. 92].

Невідчутний, нематеріальний характер юридичної послуги полягає в тому, що її неможливо продемонструвати чи вивчити до моменту отримання. Дана особливість полягає також і в тому, що вона (як очікуваний «корисний» результат діяльності суб'єкта надання правових послуг) не може бути ним цілком гарантованою. І хоча в деяких випадках суб'єкт може гарантувати досягнення певного бажаного результату, наприклад, складання проекту договору чи проекту позовної заяви, зазначений матеріалізований результат отримувач даної послуги не в змозі збагнути в повному обсязі до моменту її отримання. У зв'язку з цим, потенційний покупець керується насамперед зовнішніми ознаками якості юридичної послуги, а саме: інформацією про репутацію суб'єкта, що її надає, розташуванням офісу, її ціною тощо.

Непостійність якості юридичної послуги полягає в тому, що характер самих дій суб'єкта надання послуг може істотно відрізнятися залежно від багатьох чинників (складності судової справи, зміни законодавства тощо), які не можна повністю передбачити. Також непостійність якості юридичних послуг може бути зумовлена такими чинниками, як-от: рівень кваліфікації суб'єкта надання послуги, рівень конкуренції. Крім того, на юридичну послугу безпосередньо впливає її споживач: індивідуалізує її, вводить в обіг і впливає своїми професійними та особистими якостями на її результат [25, с. 206].

Невіддільність юридичної послуги зумовлена синхронним процесом її надання та отримання. Ми підтримуємо позицію Д.Степанова, що діяльність з надання юридичних послуг передбачає тісний і постійний контакт юриста та клієнта [20, с. 16]. Як точно підмітив О.Михайлов, юридична послуга – процес творчий, інноваційний і пов'язаний з прямими контактами з різними людьми й тонкощами міжособистісних відносин [16, с. 51]. Взаємопов'язаність процесу надання та отримання юридичної послуги є її найхарактернішою особливістю, яка відрізняє її від інших об'єктів комерційної діяльності. Залучення клієнта до процесу юридичного обслуговування, з одного боку, є виразом довірчих стосунків, а з іншого – забезпечує можливість оперативного отримання необхідної інформації, що сприяє отриманню позитивного для клієнта юридичного результату.

Юридична послуга як нематеріальний товар характеризується незбережуваністю асиметрії попиту над пропозицією в сфері надання юридичних послуг. Дана обставина вимагає від суб'єктів надання юридичних послуг ефективної, постійно оновлюваної стратегії власної діяльності, покликаної забезпечити відповідність попиту та пропозиції. На нашу думку, ефективним методом такої стратегії є встановлення погодинної оплати за надані послуги. За таким методом юрист детально реєструє кожну годину свого часу, витраченого на справи замовника, виставляє рахунок, в якому зазначає кількість годин, затрачених на справу, надані послуги та вартість цих послуг. У рахунку також зазначають всі понесені виконавцем витрати. Основна перевага цієї системи полягає в тому, що виконавцеві юридичної послуги важко визначити наперед, скільки часу вимагатиме її надання. Прості справи перетворюються в складні, зокрема судді та юристи іншої сторони своїми діями можуть змусити виконавця витратити на справу набагато більше часу, ніж він планував. У деяких випадках просто неможливо встановити розмір винагороди з самого початку ведення справи. Цей метод справедливий як для замовника, так і для виконавця, тому що останній отримує винагороду за свої послуги, а замовник не переплачує за неї [15, с. 94-95].

У науковій літературі зазначалися недоліки методу погодинної оплати, з-поміж іншого, зокрема, те, що не існує визначеної системи, за якою потенційний замовник міг би визначити справедливість і доцільність розміру погодинних ставок конкретного виконавця, а також те, що в замовника

МАРКЕТИНГ

практично немає жодного способу контролю за фактично потраченим виконавцем часом тощо [21, с. 18]. На нашу думку, ці та інші наведені проблеми не виникають та не будуть виникати, якщо між замовником та виконавцем існує довіра, постійний та тісний взаємозв'язок. Адже юридичні послуги – як об'єкт комерційної діяльності – мають своїм змістом досить специфічну сферу – сприяння захисту, охорону та реалізацію законних прав й інтересів споживача.

Уже було зазначено, що характерною рисою послуги, в тому числі і юридичної, є те, що вона (як очікуваний «корисний» результат діяльності суб'єкта надання) не може бути ним цілком гарантована. Зокрема, жодний кваліфікований суб'єкт надання юридичних послуг не гарантуватиме виграшу судової справи, землевідводу, отримання дозволу для будівництва тощо. Проте об'єктом комерційної діяльності з надання юридичних послуг є не надання можливості замовнику виграти судовий процес чи відвести земельну ділянку, а діяльність суб'єкта в сприянні досягнення бажаного для клієнта результату. Саме тому реалізація такої діяльності не залежить від якогось випадкового юридичного факту. Тобто, комерційна діяльність суб'єкта надання юридичних послуг є еквівалентом ціни, яку платить споживач.

Розглянуті нами підходи до властивостей послуги дають можливість здійснити семантичний аналіз та сформувати матрицю вживаності ознак (рис. 1).

Ознака	Невідчутність	Невіддільність	Незбереженість	Невловимість	Невизначеність	Непостійність	Безповортність	Конфіденційність	Правовий характер	Правова кваліфікація
Автор										
Жуков	X	X	X			X		X		
Тихомиров	X	X	X	X	X	X				
Юровський	X	X	X			X		X		
Співак	X	X	X		X	X				
Васильєва	X	X	X			X	X			
Щуковська	X	X	X			X			X	
Соколов	X	X	X			X				X
Σ	7	7	7	1	2	7	1	2	1	1

Рис. 1. Матриця ознак послуги як економічної категорії

На основі аналізу поданих вище позицій представників економічної та юридичної науки можемо зробити висновок, що юридичним послугам притаманні загальні ознаки послуг у комерційній діяльності.

Такими ознаками є: невідчутність, непостійність якості, невіддільність і незбережуваність. В економічній науці дані ознаки прийнято називати «чотирма Н» послуг (рис. 2) [11, с. 13].

У той самий час, юридичні послуги, будучи наділеними загальними ознаками послуг, мають при цьому власні, притаманні лише їм (як об'єктам комерційної діяльності) ознаки. Зокрема, юридична послуга є діяльністю насамперед правового характеру, яка служить для захисту прав та охорони

інтересів громадян і організацій [25]. Проте навіть у цьому випадку можна зазначити, що згідно з чинним законодавством України (ст. 55 Конституції України), вона є функцією суду та інших державних правоохоронних органів. Суб'єкт надання юридичних послуг у рамках власної комерційної діяльності може тільки сприяти захисту, охороні та реалізації законних прав чи інтересів особи. Таке сприяння проявляється в сукупності професійних дій спеціаліста в сфері права, за допомогою яких змінюється матеріальне та процесуально-правове становище суб'єктів цивільних прав і обов'язків.

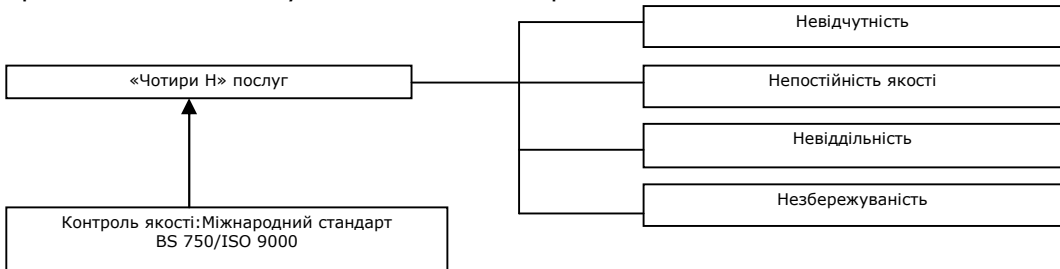


Рис. 2. Ознаки послуг «чотири Н»

Ще однією специфічною ознакою (умовою надання) юридичних послуг є підготовлений персонал, який володіє спеціальними знаннями в галузі права. Критеріями їх наявності, залежно від поставленого завдання, можуть бути вища чи середня спеціальна юридична освіта та досвід роботи за спеціальністю, а для юридичної особи – наявність працівників, що володіють вказаною кваліфікацією [4, с.24]. При цьому, як вірно відзначив Н. Соколов, обов'язковим атрибутом кожної юридичної професії є наявність юридичних знань і навиків, набутих не шляхом індивідуального досвіду чи завдяки особливому таланту цієї людини, а в інституціоналізованій формі, перш за все через відповідні навчальні заклади та практику. Основною ознакою, що дозволяє віднести ту чи іншу особу до юридичної професії, є здійснення нею саме такої діяльності. Що ж стосується юридичної освіти, то це ознака, підпорядкована професійно-юридичній діяльності. Інша справа, що в міру історичного розвитку її роль і значення зростали і в даний час набули характеру обов'язкової кваліфікаційної вимоги [17, с.24]. Дана ознака актуалізує додатковий елемент комплексу маркетингу юридичної послуги – «персонал».

На рис 3. автором запропонована нова концепція ознаки послуг «4Н-2П», притаманна тільки такій специфічній послугі, як юридична послуга.

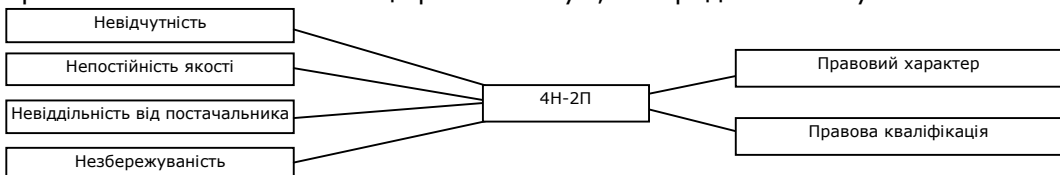


Рис. 3. Ознаки послуг «чотири Н» «4Н-2П»

Таким чином, формування системи узагальнених знань, яка описує та моделює функціонування ринку юридичних послуг, базується на вивченні соціально-економічної сутності юридичної послуги, її внутрішніх властивостей та ознак. Юридичній послугі як невід'ємному елементу соціально-економічної діяльності притаманні загальні ознаки послуги. Однак специфічна сфера реалізації та суб'єктний склад зумовлюють набуття юридичною послугою власних, спеціальних ознак (правовий характер та правова кваліфікація), які у свою чергу, забезпечують їй самостійне місце в економічній системі суспільства.

Список використаних джерел:

1. Конституція України прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Закон України „Про прокуратуру” // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 53. – Ст. 793.
3. Gronroos C. Service management and marketing / C. Gronroos. – West Sussex, 2000. – 116 с.
4. Берлин Е. Законодательное регулирование качества правовых услуг / Е. Берлин // Право и экономика. – 2002. – № 5. – С. 23-28.
5. Богославец В.М. Договори про надання правових послуг: монографія. / В.М. Богославец. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, 2009. – 176.
6. Брагинский М. И., Витрянский В.В. Договорное право. Кн. 1. Общие положения: Издание 2-е, завод 6-й (стереотипный) / М. И. Брагинский, В. В. Витрянский. – М. : «Статут», 2005. – 842 с.
7. Васильева В.А. Цивільно-правове регулювання діяльності з надання посередницьких послуг. Монографія. / В.А. Васильева. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, 2006. – 346 с.
8. Вступ до маркетингу: конспект лекцій [Л.С. Шевченко, О.А. Гриценко, С.М. Макуха та ін.] / Л.С. Шевченко. – Х.: Нац. юрид. акад.України, 2008. – 71 с.
9. Гражданское право Украины: Учебное пособие. / Под редакцией Слипченко С.А., Кройтор В.А. – Харьков: Эспада, 2000. – Ч. II. – 399 с.
10. Жуков В.И., Юровский Б.И. Юридическая природа «услуги» / В.И. Жуков, Б.И. Юровский // Экспресс-анализ. – 1999. – № 15. – С. 20-22.
11. Іщенко О.А. Теоретичні основи і механізм реалізації маркетингу послуг: Монографія / О.А. Іщенко. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. – 385 с.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Вильямс, 1998. – 1056 с.
13. Маркова В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
14. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Политиздат, 1975. – Т. 25. Ч. I. – 413 с.
15. Мейер Вільям Д. Приватна юридична практика / В.Д. Мейер. – К., 1994. – 39 с.
16. Михайлов А. Услуги как форма бизнеса (маркетинг услуг) / А. Михайлов // Підприємництво, господарство і право. – 1999. – №1. – С. 50-53.
17. Соколов Н.Я. Юридическая профессия: понятие, сущность и содержание / Н.Я. Соколов // Государство и право. – 2004. – № 9. – С. 22-30.
18. Співак Л.С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці Автореф. дис... канд. екон. наук / Л.С. Співак; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2002. – 18 с.
19. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К., 2010.
20. Степанов Д. Услуги как объект гражданских прав / Д. Степанов // Российская юстиция. – 2000. – № 2. – С. 16-18.
21. Сукманова О.В. Господарський договір про надання консультаційних послуг: Автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.04 / Сукманова Олена Валеріївна; НАН України, Інститут економіко-правових досліджень. – Донецьк, 2005. – 17 с.
22. Тихомиров А.В. Медицинская услуга. Правовые аспекты. / А.В. Тихомиров. – М.: Информационно-издательский дом «ФИЛИНЪ», 1996. – 352 с.
23. Тихомиров А.В. Медицинское право. Практическое пособие / А.В. Тихомиров. – М.: Статут, 1998. – 418 с.
24. Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг: Підручник / Л.В. Ткаченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.
25. Щуковская, О.М. О соотношении обязательств по оказанию услуг и обязательств по выполнению работ (подряда) / О.М.Щуковская // Правоведение. – 2002. – №2 (241). – С.204-208.