

УДК [338.467:34] (477)

ХОХУЛЯК ОЛЕСЯ,

здобувач Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ФОРМУВАННЯ РЕПУТАЦІЙНОГО РЕЙТИНГУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЮРИДИЧНИХ КОМПАНІЙ

У статті виконаний огляд сучасних методологічних підходів до формування регіонально-репутаційного рейтингу юридичних компаній та розглянуті їхні особливості. Окрім практики західних рейтингових юридичних директорій, які успішно працюють на ринку юридичних послуг, розглянута методика російських та вітчизняних рейтингових директорій. Проведено семантичний аналіз та сформовано матрицю критеріїв репутаційного рейтингу юридичних фірм основних рейтингових директорій: Chambers, Legal 500, IFLR Who's, Best Lawyers, Who Legal, Право.Ru, Гвардія юридичних компаній. Сформований ряд висновків, які стосуються можливостей та доцільності застосування рейтингових технологій в оцінці регіонального ринку юридичних послуг. Обґрунтовано, що розробка регіонального рейтингу юридичних фірм дозволить реально оцінити внесок великих операторів у розвиток регіонального ринку юридичних послуг, забезпечить можливість невеликим регіональним компаніям вийти на новий рівень ділової активності, буде каталізатором упровадження нових сервісних клієнтоорієнтованих технологій обслуговування, сприятиме розвитку конкуренції на регіональному ринку.

Ключові слова: ринок юридичних послуг; рейтинг юридичних фірм; методологія; регіональний рейтинг; регіональний ринок юридичних послуг.

Постановка проблеми. Професійна та клієнтська спільнота ринку юридичних послуг визначним чинником вибору юридичної фірми називає її ділову репутацію та імідж. Такі висновки стосовно вітчизняного ринку юридичних послуг підтверджуються дослідженнями ВБ "Комерсант-Україна" у рамках проекту газети "Юридична практика" - "50 провідних юридичних фірм України" [17] та нашими дослідженнями, проведеними серед суб'єктів юридичного ринку та клієнтів юридичних фірм Чернівців та Чернівецької обл.

Чинник ділової репутації ("гудвіл") як компонент нематеріальних активів поряд із персоналом, торговельним знаком, брендом, репутацією партнерів та топменеджерів, стратегією, базами даних, списками клієнтів, контрактами та відносинами з клієнтами, франчайзингом, корпоративною практикою та процедурами забезпечує стабільний розвиток юридичної фірми та успіх у конкурентній боротьбі. Категорія гудвілу включає гудвіл самої юридичної фірми як організації, гудвіл професійної практики, особистий гудвіл юридичних фахівців, гудвіл знаменитостей юридичної практики тощо.

Актуальність, важливість та складноструктурованість ділової репутації юридичної компанії вимагає виважених методичних підходів до її оцінки. Міжнародна практика при оцінці нематеріальних активів юридичних фірм досить часто оперує рейтинговими технологіями. Рейтинги дають можливість відстежити основних гравців ринку, визначити лідерів у тій чи іншій галузі права, оцінити позицію фірми на ринку, тенденції розвитку ринку юридичних послуг. За даними газети "Юридична практика", "намагання потрапити до західних юридичних рейтингів властиве трьом з чотирьох опитаних юридичних фірм" [17, с. 116]. Більшість великих юридичних фірм України (географічно розміщені в Києві та великих містах

України) стабільно подають інформацію про себе в престижні міжнародні рейтингові директорії. Регіональні ринки юридичних послуг, навпаки, характеризуються надмірною "скромністю", яка проявляється в кулуарності місцевих юридичних спільнот, закритості юридичних компаній та непрозорості їхньої діяльності. Відкритість вітчизняних та закордонних рейтингів, їхня об'єктивність, чесність, незаангажованість, широта інструментів, професійність анкет, наявність "незручних" питань про гонорари, доходи, справи є, на нашу думку, поки що своєрідним бар'єром для участі в них регіональних суб'єктів.

У той же час наростання конкуренції на регіональних ринках юридичних послуг, регіональна експансія великих юридичних компаній (Асоціація "Український правовий альянс", ЮК "Бізнес-Право Аудит", ЮФ "Ілляшев та Партнери", Компанія "PROXIMA" та інші), необхідність орієнтації на міжнародні стандарти ведення юридичного бізнесу в різних галузях права (господарського, корпоративного, податкового, банківського та фінансового, трудового, представництва в судах, міжнародних арбітражах) стають каталізаторами активного застосування маркетингових інструментів місцевими юридичними фірмами, серед цих засобів значну роль відіграє ефективне позиціонування себе через участь у рейтингах, членство в асоціаціях, представництво на професійних симпозиумах, конференціях, зустрічах тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Область дослідження репутації юридичних фірм та методик їх рейтингування знаходиться у фокусі уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Ряд авторів розглядає бренд, імідж, фірмовий стиль та репутацію юридичної фірми як потужні інструменти залучення клієнтів та зміцнення конкурентних позицій. До помітних публі-

№ 6 (126) листопад-грудень 2013 р.

кацій на цю тему можна віднести роботи А. Волкової [1], М. Галятіна [2], Вільяма Д. Мейєра [5], І. Голованя [3], О. Сіньюокого [19], І. Трунова [22] та інших.

Окремо слід зазначити, що питання репутаційного рейтингу обговорюється в бізнес-колах та інституціях уже давно. Репутаційні методики як інструмент систематизації правових практик та структурування суб'єктів ринку юридичних послуг найбільше розглядаються в спеціалізованій літературі. Такі автори, як Дж. Томас [21], Є. Руженцева та С. Сугак [18], Т. Ніколаєва [16], О. Насадюк [15] регулярно здійснюють огляд закордонних та вітчизняних рейтингових директорій, аналіз вітчизняного ринку юридичних послуг. Унікальні методики рейтингових директорій юридичних компаній пропонує ряд спеціалізованих рейтингових інституцій: "Chamber Europe", "The Legal 500", "PLC Which Lawyer?", "IFLR1000", "Who's Who Legal", "Право.Ru", "ГВардія юридичних компаній", проект газети "Юридична практика" - "50 провідних юридичних фірм України". Серед академічних досліджень заслуговує на увагу дисертація Р. Ліхачова [4], у якій запропоновано методику рейтингування професіоналізму юридичних фірм на основі концепції якості юридичних послуг та створення маркетингового інструментарію.

Проте аналіз публікацій та досліджень вітчизняних учених-економістів свідчить про те, що зазначені репутаційні технології з успіхом використовують переважно для оцінки крупних юридичних фірм національного чи регіонального значення, а ось їх застосування для оцінки репутації місцевих фірм є проблематичним. Крім того, сама технологія рейтингування пов'язана з трансформацією ділової культури гравців ринку юридичних послуг (оцінюються зазвичай технічні нормативні правові здібності, ділова завзятість, швидкість надання послуги, клієнтське обслуговування, ефективність фірми, досвід роботи, відгуки клієнтів, рекомендації колег, кількість штатних працівників, кількість угод за рік тощо), із можливістю та здатністю споживача об'єктивно оцінити діяльність юридичної компанії, із необхідністю формування адекватних репутаційних методик, їх адаптації та апробації до потреб не тільки великих, але й середніх та малих фірм.

Таким чином, сьогодні особливої актуальності набувають питання розробки теоретико-методичних засад формування саме регіонального ринку юридичних послуг, формування критеріїв регіональної концепції якості юридичних послуг, розробки методики визначення ключових гравців регіонального ринку юридичних послуг на основі рейтингових технологій.

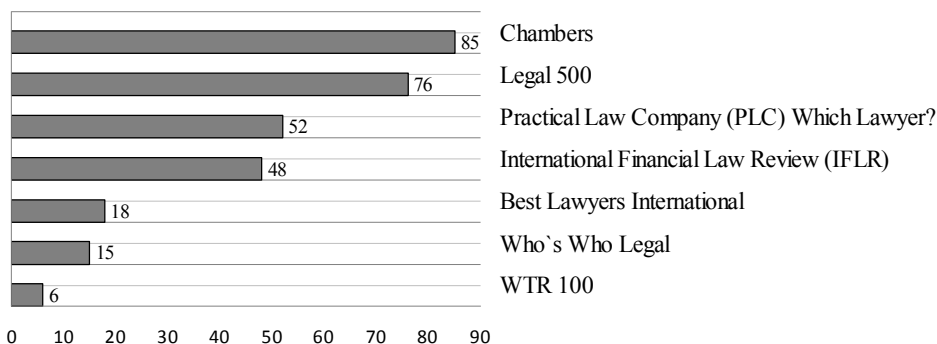


Рис. 1. Участь вітчизняних юридичних фірм у міжнародних юридичних рейтингових програмах [17, с. 116].

Зазначені міжнародні рейтинги отримали всесвітнє визнання серед юристів та їхніх клієнтів і вважаються одними з найбільш незалежних досліджень у правовій

Метою статті є дослідження методичних підходів до формування репутаційного рейтингу юридичних компаній та визначення доцільності та можливості участі в них регіональних юридичних фірм.

Виклад основного матеріалу. Увага до репутації актуалізується через наявність проблеми вибору юридичної фірми чи юриста, яка постає перед потенційним клієнтом, і через загострення конкуренції на юридичному ринку України. В умовах конкурентної боротьби, щоб утриматись на юридичному ринку й стати успішним, юридичні фірми чи окремі юристи повинні більше уваги приділяти репутації та її оцінці, оскільки в основі вибору клієнта, зокрема, лежить нематеріальна складова. Значна кількість клієнтів обирає свого юриста чи юридичну компанію саме за рекомендацією знайомих, орієнтується на заслужене та підтримуване "добре ім'я", ділову репутацію професійної практики, особисту ділову репутацію юридичних фахівців, ділову репутацію конкретних знаменитостей юридичної практики тощо. Сучасний ринковий, маркетинговий клієнтоорієнтований підхід до розвитку юридичної компанії передбачає формування, підтримку, розвиток та закріплення репутації юридичної фірми, іміджу окремого юриста, нотаріуса, адвоката серед партнерів, колег та клієнтів.

Невід'ємними складовими формування позитивного іміджу та репутації юриста на сучасному ринку юридичних послуг є подання інформації про власну діяльність до вітчизняних та зарубіжних рейтингових програм, членство в міжнародних та українських професійних юридичних об'єднаннях (спілках, асоціаціях), участь у міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, круглих столах, симпозиумах, публічних обговореннях тощо. Зокрема, можна з упевненістю констатувати, що подання інформації в міжнародні юридичні рейтинги вже стало невід'ємною частиною розвитку бізнесу для більшості юридичних фірм, що функціонують в Україні. Зокрема, як свідчать дані Всеукраїнської дослідницької програми "50 провідних юридичних фірм України" до міжнародних юридичних рейтингів прагнуть потрапити три із чотирьох опитаних юридичних фірм. Переважна більшість провідних юридичних фірм України подають інформацію про себе в такі престижні міжнародні рейтингові директорії, як Chambers та Legal 500 (відповідно - 85% і 76% опитаних), беруть участь у рейтингах PLC Which Lawyer? та IFLR (відповідно - 52% і 48% опитаних) та в окремих вузькоспеціалізованих міжнародних рейтингових директоріях (Who's Who Legal, WTR 1000) тощо [17, с. 116] (рис. 1).

галузі завдяки використанню перевіреної методології. Міжнародні юридичні директорії складають рейтинги, ураховуючи інформацію, яку надають самі юридичні

фірми, а також проводять інтерв'ю з юристами, їхніми клієнтами, експертами ринку.

Найбільш поширеною західною юридичною директорією на ринку юридичних послуг є Chamber Europe [13], яка розпочала свою діяльність у 1999 році. Компанія Chamber Europe визначає провідних юристів та юридичні фірми всього світу. Її методологія передбачає декілька етапів: на першому етапі здійснюється відбір юридичних фірм та юристів за галузями права; другий етап пов'язаний з оцінкою репутації юридичних фірм, яка визначається за такими критеріями, як технічні нормативні правові здібності, ділова завзятість, швидке надання послуги, клієнтське обслуговування, ефективність, меркантильність, комерційні хитрощі, працьовитість, цілеспрямованість, співвідношення ціни і якості; на третьому етапі юридичні фірми формуються в групи (1-6) із пріоритетністю першої. Після опрацювання результатів проведеного дослідження складаються підсумкові рейтинги. Шкала рейтингу позначається від 1 до 6, де 1 - найкраща група рейтингу, тобто "лідер ринку".

Такий рейтинг використовується для оцінки найбільш великих, елітних фірм, які, наприклад, в Україні працюють у сфері банківського та фінансового права, корпоративного права, злиття та поглинання, вирішення спорів, трудового права, інтелектуальної власності, нерухомості, реструктуризації та банкрутства. Так, наприклад, у рейтингу міжнародного довідника Chambers Global 2013 року високі позиції займає українська юридична фірма "Астерс" (одна з найбільших юридичних фірм України, що з 1995 року надає клієнтам повний спектр юридичних послуг. Персонал - 100 працівників, серед яких 65 юристів), яка зарекомендувала себе в Україні у сферах банківського та фінансового права, корпоративного права та M&A, вирішення спорів, реструктуризації та банкрутства.

Використання зазначеного рейтингу є практично неможливим для оцінки вітчизняних юридичних фірм регіонального рівня, оскільки змішування різних за розміром фірм знижує об'єктивність рейтингу, питання анкет та інтерв'ю будуть виходити за рамки практики більшості юристів, до того ж вартість рекламних опцій є достатньо високою для нестоличного бізнесу.

Одним із авторитетних міжнародних рейтингових юридичних довідників є The Legal 500 [12], який був уперше опублікований у 1988 році. Завданням цього рейтингу є виявлення провідних юридичних фірм і ключових експертів, які практикують у різних галузях права: банківського, фінансового, корпоративного, інвестиційного, податкового, злиття та поглинання, вирішення спорів, інтелектуальної власності, нерухомості. Згідно з методологією The Legal 500, кожен учасник дослідження отримує рейтингову оцінку на основі суми експертних суджень і рекомендацій з боку клієнтів (у 2012 році в опитуванні взяло участь більш ніж 250 000 внутрішніх радників та юристів по всьому світу). Як правило, в одному грейді представлений ряд компаній, чії позиції в певному сегменті юридичної практики визнані рівноцінними. Методологія цього рейтингу передбачає набір таких критеріїв для оцінки репутації юридичної компанії: середня вартість юридичної справи, ступінь складності справи та участь юридичної фірми в її реалізації, рентабельність і фінансова ефективність юридичної фірми, а також кількість юристів, які працюють у ній [12].

Довідник The Legal 500 містить інформацію про можливість одержання юридичних послуг та користується авторитетом у питаннях об'єктивної оцінки можливостей юридичних фірм. У 2013 році це дослідження

рейтингувало українські юридичні фірми в практиках "Банки, фінанси і ринки капіталів", "Корпоративне право і M&A", "Вирішення спорів", "Інтелектуальна власність", "Податки", "Нерухомість і будівництво". У той же час слід зауважити, що основний недолік у підборі критеріїв такої методології для оцінки рейтингу юридичних фірм полягає в ігноруванні національної та регіональної специфіки компаній, які функціонують у країнах СНД, оцінці перспективності юридичної фірми переважно за критеріями її участі в міжнародній юридичній співпраці, можливості обслуговування інтересів великого міжнародного бізнесу, вибірковості та обмеженості галузей права, технічними недоліками презентації рейтингу тощо.

Одним із найбільш повних і регулярно оновлюваних міжнародних досліджень українського ринку юридичних послуг є видання PLC Which Lawyer?, відоме в усьому світі як основне джерело інформації про юристів та юридичні фірми. PLC Which Lawyer? надає інформацію про юристів, засновану на незалежних дослідженнях ринку, у розрізі таких практик: нерухомість, ринки капіталу, корпоративне право, судове представництво, банківське й фінансове право, антимонопольне регулювання, інтелектуальна власність, трудові правовідносини. Для присвоєння рейтингу ураховуються оцінки експертів, досвід роботи юридичних фірм та юристів, а також відгуки клієнтів. Усі дані заносяться до зведеної таблиці, де напроти назви фірми проставляється оцінка її позиції у відповідній галузі права: "лідер", "дуже рекомендована", "рекомендована" або "визнана в галузі практики" [10].

Безсумнівною перевагою методології цього рейтингу є простота та інформативність його сприйняття. У той же час певні сумніви викликає відсутність прозорих критеріїв, відповідно до яких експерти PLC Which Lawyer? проставляють оцінки позиції визначених юридичних фірм, що може характеризувати певний рівень суб'єктивності цього рейтингу. Саме непрозорість критеріїв може бути загрозою об'єктивності рейтингу при оцінці роботи юридичних компаній на регіональному рівні. У цьому разі запорукою об'єктивності буде лише ділова репутація та порядність експертів.

Виданням, що спеціалізується на вивченні галузі юридичного консалтингу у сфері глобальних ринків капіталу, корпоративного права, угод злиття й поглинання, банківського сектора, проектного фінансування є IFLR1000 [11], яке публікує один із найпрестижніших та найповажніших у світі рейтингів юридичних фірм, відомий своєю комплексною та неупередженою методологією. Рейтинг ураховує такі критерії, як рекомендації клієнтів, керівників юридичних служб, місцевих, міжнародних приватних та громадських інституцій, а також відгуки колег. Рейтинг уперше було опубліковано в 1990 році, і сьогодні він представляє юридичний ринок у понад 120 юрисдикціях світу. Методологія цього рейтингу передбачає надання більш структурованої інформації про оцінку діяльності юридичних компаній і краще допомагає зорієнтуватись у спеціалізації їхньої роботи та регіональній представленості, що, безперечно, покращує об'єктивність сприйняття репутаційного рейтингу клієнтським та професійним середовищем.

Заслуговує на увагу репутаційна оцінка Best Lawyers [8], яке є одним із найстарших та найавторитетніших видань США, що складає рейтинги на основі відгуків представників юридичного бізнесу. У довіднику знаходяться списки видатних юристів, що сформувались на основі ретельних опитувань, у яких тисячі провідних юристів конфіденційно оцінюють своїх колег. В основу

видання покладено понад 2,8 мільйона характеристик щодо професійної діяльності юристів, які надаються іншими юристами.

Методологія Best Lawyers повністю базується на експертній оцінці клієнтів, маркетингових команд та провідних юристів, що оцінюють професійні здібності своїх колег у певній сфері юридичної практики. При цьому застосовують складний, детальний, раціональний і прозорий підхід, за допомогою якого складається найбільш важлива й незалежна оцінка якості юридичних компаній. У рейтингу беруть участь практикуючі юристи з досвідом роботи не менше 10 років. Юристи, які отримали найбільше позитивних відгуків, автоматично зараховуються до наступного видання Best Lawyers. Безсумнівною перевагою такої методології є орієнтація на зважену оцінку клієнтів як основних суб'єктів ринку юридичних послуг, урахування думки маркетингових спеціалістів, яка характеризує політику та імідж юридичної компанії на ринку, а також залучення широкого кола професійних досвідчених юристів, що ведуть практику в різних галузях права та в різних регіонах країни й мають досвід роботи в різних за розмірами компаніях. Такий підхід значно розширює критерії рейтингу й збільшує його цінність та об'єктивність із точки зору споживачого вибору та конкурентного середовища ринку юридичних послуг.

Окрім західних рейтингових юридичних директорій, які успішно працюють на ринку юридичних послуг, свою діяльність розпочали російські та вітчизняні рейтингові директорії - "Право.Ru" (Росія) [6] та "Гвардія юридичних компаній" (Україна) [7].

Методологія рейтингу "Право.Ru" заснована на глибокому дослідженні рекомендацій і переваг самих юридичних компаній, які є не тільки учасниками, але й споживачами цього дослідження. Для оцінки репутації всі рейтинги, що входять у "Право.Ru-300", поділяються на 2 категорії [6]: 1) рейтинги, що складаються за фінансовими й статистичними показниками. Такі рейтинги відображають розмір та якість бізнесу юридичної компанії, тобто розмір виручки та кількість штатних юристів. Знаючи ці два показники, будь-який бажаючий може бути проінформований про те, яке місце займає та чи інша юридична компанія на ринку; 2) рейтинги, що складаються за галузевою сферою юридичної практики. За цією категорією рейтинг оцінюється за обсягом, якістю й значущістю проектів, що реалізовані учасниками за рік.

Така методологія, хоча й базується на об'єктивній статистичній інформації та врахуванні параметрів та критеріїв, що висувуються юридичною практикою, лише вибірково враховує думку клієнтів, тоді як у більшості західних рейтингів, які описані вище, думка та оцінки клієнтів у більшості випадків мають першорядне значення для формування міжнародної репутації компанії. У російських укладачів на перший план виходять кількісні показники ведення юридичної практики. На нашу думку, виведення в методику рейтингу "Право.Ru" критерію оцінки клієнтів та рівня задоволеності послугами, що надаються юридичними компаніями, забезпечило б більш сучасний клієнтоорієнтований підхід у практиці оцінювання російських юридичних компаній. Ще одним недоліком методології цього рейтингу ми вважаємо відсутність критеріїв географічного охоплення та вивчення діяльності представництв юридичних компаній у регіонах.

Вітчизняне дослідження "Гвардія юридичних компаній" (видавництва "Контракти") [7] з 2004 року і до сьогодні пропонує рейтинг, спрямований на одержання об'єктивної та незалежної оцінки конкурентних пере-

ваг юридичних компаній України споживачами юридичних послуг - українськими компаніями-клієнтами, а також підприємствами, що беруть участь у рейтингах "Гвардії" з 2004 року. При складанні рейтингів ураховуються результати аналізу анкет не тільки експертної ради, а й компаній-клієнтів юридичних фірм-номінантів. Рейтинг попиту на юридичні послуги складається за спеціалізацією діяльності юридичних компаній: банківська сфера, страхування, ціни папери, нерухомість, фармацевтика, транспорт, енергетика, АПК, телекомунікації. В основі складання рейтингу репутації враховуються такі показники, як відгуки клієнтів та колег, вартість угод та їх кількість за рік [7].

Методологією вітчизняного рейтингу "Гвардія" передбачається створення переліку юридичних компаній, які ввійшли до рейтингу попиту на юридичні послуги, що формується журналом "Гвардія" щороку, а також компанії з топ-50 провідних юридичних фірм України й компанії з "бронзової ліги" провідних юридичних фірм України за версією газети "Юридична практика" та ВД "Комерсант-Україна". Узагальнюючий репутаційний лист формується з юридичних фірм, які отримали найкращі результативні оцінки компаній-користувачів юридичних послуг та експертної ради.

На відміну від російських колег методологія "Гвардії" орієнтується на врахування клієнтоорієнтованого підходу при формуванні рейтингу, однак відсутність критерію регіональної представленості юридичних фірм призводить до висвітлення діяльності винятково великих столичних компаній, залишаючи поза увагою особливості функціонування та діяльності регіональних гравців ринку юридичних послуг.

Заслугує на увагу дослідницька програма "50 провідних юридичних фірм України" - проект газети "Юридична практика", що проводиться спільно з ВБ "Комерсант-Україна". Щорічне дослідження "50 провідних юридичних фірм України" у 2013 році проводиться вже вшестнадцяте і включає ряд рейтингів - крім "50 провідних юридичних фірм України" і "бронзової ліги" за узагальнюючими показниками визначаються найкращі юридичні фірми: за критеріями прибутковості, кадрового складу, фінансової ефективності, рівня визнання серед колег. Крім того, називаються галузеві лідери та публікуються інтерв'ю з провідними фахівцями окремих практик. У 2013 році будуть представлені регіональні ринки юридичних послуг, названі ключові регіональні юридичні фірми України.

Розглянуті нами підходи до визначення складових методології рейтингів юридичних компаній дають можливість здійснити семантичний аналіз та сформуванню матрицю критеріїв репутаційного рейтингу (рис. 2).

На основі аналізу критеріїв різних рейтингових компаній можемо зробити висновок, що при складанні репутаційного рейтингу юристів та юридичних компаній найбільш важливими та ефективними конкурентними перевагами є відгуки клієнтів та рекомендації колег. Третім за важливістю є критерій наявності в юридичній фірмі регіональної мережі або представництва в декількох регіонах, що є вагомим показником при складанні репутаційного рейтингу вітчизняних юридичних компаній, оскільки особливості ведення юридичної практики та спеціалізація за галузями права столичних компаній та регіональних юридичних фірм певною мірою відрізняються й мають свою специфіку. Така тенденція загалом властива для сучасного українського юридичного ринку, умови якого передбачають бажання споживачів мати якісне професійне юридичне обслуговування як у центрі, так і в регіонах.

№ 6 (126) листопад-грудень 2013 р.

Юридичні рейтингові директорії	Chamber Europe	The Legal 500	PLC Which Lawyer?	IFLR1000	Best Lawyers	Who's Who Legal	Право.Ru	Гвардія юридичних компаній	Σ
технічні нормативні правові здібності	X								1
ділова завзятість	X								1
швидке надання послуги клієнтське обслуговування	X								1
ефективність фірми	X	X					X		2
меркантильність	X								1
комерційні хитрощі	X								1
цілеспрямованість	X								1
вартість справи		X						X	2
співвідношення ціни і якості	X								1
досвід роботи юридичних фірм та юристів					X				1
ступінь складності угоди		X							1
рентабельність фірми		X					X		2
відгуки клієнтів			X	X	X	X		X	5
рекомендації колег				X	X	X		X	3
досвід роботи фірми			X						1
оцінка експертів			X						1
кількість штатних працівників		X					X		2
кількість угод за рік							X	X	2
регіональна мережа				X	X	X			3

Рис. 2. Матриця критеріїв, що формують репутаційний рейтинг (сформовано автором).

Висновки та напрямки майбутніх досліджень

1. Використання методології закордонних рейтингів є проблематичним для оцінки вітчизняних юридичних фірм регіонального рівня через ряд причин: недоліки в підборі критеріїв для оцінки рейтингу юридичних фірм, які не враховують національної та регіональної специфіки; оцінка перспективності юридичної фірми здійснюється переважно за критеріями їх участі в міжнародній юридичній співпраці; змішування різних за розміром фірм знижує об'єктивність рейтингу; питання анкет та інтерв'ю будуть виходити за рамки практики більшості вітчизняних юристів; вартість рекламних опцій для участі в рейтингу є достатньо високою для нестолічного бізнесу; можливість обслуговування інтересів великого міжнародного бізнесу; відсутність критеріїв географічного охоплення та вивчення діяльності представництв юридичних компаній у регіонах. Методологія вітчизняної "Гвардії" [7] хоча й орієнтується на врахування клієнтоорієнтованого підходу при формуванні рейтингу, однак не містить критерію регіональної представленості юридичних фірм, що призводить до висвітлення діяльності лише великих столичних компаній, залишаючи поза увагою особливості функціонування та діяльності регіональних гравців ринку юридичних послуг.

2. Регіональний репутаційний рейтинг повинен ґрунтуватися на зважену оцінку клієнтів як основних суб'єктів ринку юридичних послуг; залучати широке коло професійних досвідчених юристів, що ведуть практику в різних галузях права та в різних регіонах країни й мають досвід роботи в різних за розмірами компаніях; урахувати думку маркетингових спеціалістів, яка характеризує політику та імідж юридичної компанії на ринку; об'єктивно представляти юридичні фірми різного розміру та географічного розташування; включити в методику рейтингу критерій оцінки клієнтів та рівня задоволеності послугами, що надаються юридичними компаніями. Такий підхід значно розширить критеріїв рейтинг, збільшить його цінність та об'єктивність із точки зору споживчого вибору та конкурентного середовища ринку юридичних послуг, дозволить охопити набагато

то ширшу сукупність практикуючих юридичних фірм, а не тільки найбільш відомих та великих компаній, забезпечить використання адекватної методології в практиці оцінювання українських юридичних компаній.

3. Розробка регіонального рейтингу юридичних фірм дозволить реально оцінити внесок великих операторів у розвиток регіонального ринку юридичних послуг, забезпечить можливість невеликим та регіонально віддаленим від ділових центрів юридичним компаніям вийти на новий рівень ділової активності завдяки представленості їх у цьому рейтингу, буде каталізатором упровадження нових сервісних клієнтоорієнтованих технологій обслуговування, сприятиме розвитку цивілізованій конкуренції на регіональному ринку юридичних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Волкова А. А. Разработка перспектив развития предприятий сферы услуг в условиях реализации функционального подхода : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Волкова Анна Александровна. - Тольятти, 2009. - 172 с.
2. Галятин М. Ю. Корпоративный бренд и репутация юридической фирмы / М. Ю. Галятин // Закон. - 2009. - № 12. - С. 8-9.
3. Головань І. В. Бізнес-адвокатура в Україні / І. В. Головань. - Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2004. - 127 с.
4. Лихачев Р. В. Концепция оценки качества юридических услуг и создания маркетингового инструментария для ранжирования профессионализма субъектов адвокатской практики : дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Лихачев Родион Венедиктович. - Киров, 2006. - 180 с.
5. Мейер В. Д. Приватна юридична практика / В. Д. Мейер. - К., 1994. - 39 с.
6. Методология рейтинга "Право. Ru" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://pravo.ru/stat/rating2011_results/methodology.
7. Методология дослідження "Гвардія юридичних компаній" видавництва "Контракти" [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://archive.kontrakty.ua/gw/2012/3.html>.
8. Методология дослідницької компанії Best Lawyers International [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.bestlawyers.com/>.
9. Методология независимого международного рейтингового

видання Who's Who Legal [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://whoswholegal.com>.

10. Методологія незалежного юридичного рейтингу PLC Which Lawyer? [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.cs-avocats.lu/references/plc-which-lawyer/>.

11. Методологія рейтингу видання IFLR1000 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.iflr1000.com/>.

12. Методологія рейтингу довідника The Legal 500 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.legal500.com/>.

13. Методологія рейтингу юридичних фірм компанії Chamber Europe [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.chambersandpartners.com> - сайт.

14. Мороз В. Как создать бренд успешной юридической фирмы [Електронний ресурс] / В. Мороз. - Режим доступу : <http://jurliga.ligazakon.ua/news/2011/10/14/50276.htm>.

15. Насадюк А. Бренд на вырост / А. Насадюк // Юридическая практика. - 2012. - № 14. - С. 8.

16. Николаева Т. Н. Причинные связи / Т. Н. Николаева // Бизнес. - 2013. - № 29. - С. 32-34.

17. "50 ведущих юридических фирм Украины" // Юридическая практика. - 2012. - Специальный выпуск.

18. Руженцева Е. Клиент до рейтинга доведет / Е. Руженцева, С. Сугак // Юридическая практика. - 2012. - № 15. - С. 3, 29-30.

19. Синеокий О. В. Адвокатура как институт правовой помощи и защиты: проблемы становления и перспективы развития / О. В. Синеокий. - Запорожье : ЗНУ, 2007. - 432 с.

20. Соколов Н. Я. Юридическая профессия: понятие, сущность и содержание / Н. Я. Соколов // Государство и право. - 2004. - № 9. - С. 22-30.

21. Томас Дж. Есть лишь один способ повлиять на результат / Джоанна Томас // Юридическая практика. - 2012. - № 15. - С. 29.

22. Трунов И. Л. Проблемы юридического бизнеса в России / И. Л. Трунов // Человек: преступление и наказание. - 2009. - № 2. - С. 8-13.

Хохлак Олеся,

соискатель Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича

ФОРМИРОВАНИЕ РЕПУТАЦИОННОГО РЕЙТИНГА РЕГИОНАЛЬНЫХ ЮРИДИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

В статье представлен обзор современных методологических подходов к формированию регионального репутационного рейтинга юридических компаний и рассмотрены их особенности. Кроме практики западных рейтинговых юридических директорий, которые успешно работают на рынке юридических услуг, рассмотрена методика российских и отечественных рейтинговых директорий. Проведен семантический анализ и сформирована матрица критериев репутационного рейтинга юридических фирм основных рейтинговых директорий: Chambers, Legal 500, IFLR Who's, Best Lawyers, Who Legal, Право.Ru, Гвардия юридических компаний. Сформирован ряд выводов, касающихся возможностей и целесообразности применения рейтинговых технологий в оценке регионального рынка юридических услуг. Обосновано, что разработка регионального рейтинга юридических фирм позволит реально оценить вклад крупных операторов в развитие регионального рынка юридических услуг, обеспечит возможность небольшим региональным компаниям выйти на новый уровень деловой активности, будет катализатором внедрения новых сервисных клиентоориентированных технологий обслуживания, способствовать развитию конкуренции на региональном рынке.

Ключевые слова: рынок юридических услуг; рейтинг юридических фирм; методология; региональный рейтинг; региональный рынок юридических услуг.

Khokhuliak Olesia

Competitor degree of candidate of sciences, Chernivtsi National University by Yuri Fedkovych

FORMING OF REGIONAL LEGAL REPUTATION RATING COMPANY

In the article the review of modern methodological approaches is carried out to forming of the reputation rating of legal companies and their features are considered. Except practice of western rating legal directories that successfully work at the market of legal services, methodology of the Russian and home rating directories is considered. Semantic interpretation is conducted and the matrix of criteria of the reputation rating of legal firms of basic rating directories is formed: Chambers, Legal 500, FLR Who's, Best Lawyers, Who Legal, Pravo.Ru, GVardia of legal companies. The row of conclusions that touch possibilities and expediency of application of rating technologies in the estimation of regional market of legal services is formed. Development of the regional rating of legal firms will allow really to estimate the contribution of large operators to regional market of legal services development, will provide possibility to the small regional companies to go out on the new level of business activity. Also it will be the catalyst of introduction of the new service technologies of service oriented to the client, will assist to development of competition on regional to the market.

Keywords: market of legal services; rating of legal firms; methodology; regional rating; regional market of legal services.

REFERENCES

1. Volkova A. A. (2009), *Elaboration of the future development of enterprises in the sphere of services in terms of functional approach realization*, Thesis for the degree of candidate of economic sciences after specialty 08.00.05, Tolyatti, 172 p. (rus).
2. Galyatin M. Yu. (2009), Corporate brand and reputation of the law firm, *Zakon*, No. 12, pp. 8-9 (rus).
3. Holovan I. V. (2004), Business lawyers in Ukraine, TOV «Yuhovostok, Ltd», Donetsk, 127 p. (ukr).
4. Likhachev R. V. (2006), *The concept of assessing the quality of legal services and the creation of marketing tools to rank the professional practice of law subjects*, Thesis for the degree of candidate of economic sciences, Kirov, 180 p. (rus).
5. Meyier V. D. (1994), Private legal practice, Kyiv, 39 p. (ukr).
6. Rating Methodology «Pravo. Ru», available at: http://pravo.ru/stat/rating2011_results/methodology. (rus).
7. Research Methodology «GVardia of legal companies» Publishers «Contracts», available at: <http://archive.kontrakty.ua/gv/2012/3.html>. (ukr).

№ 6 (126) листопад-грудень 2013 р.

8. Methodology Research Company Best Lawyers International, available at: <http://www.bestlawyers.com/>. (ukr).
9. The methodology of the independent international rating publications Who's Who Legal, available at: <http://whoswholegal.com>. (ukr).
10. The methodology of the independent legal rating PLC Which Lawyer?, available at: <http://www.cs-avocats.lu/references/plc-which-lawyer/>. (ukr).
11. Rating methodology edition IFLR1000, available at: <http://www.iflr1000.com/>. (ukr).
12. Rating methodology handbook The Legal 500, available at: <http://www.legal500.com/>. (ukr).
13. Methodology ranking of law firms companies Chamber Europe, available at: <http://www.chambersandpartners.com>. (ukr).
14. Moroz V., How to create a successful a brand law firm <http://jurliga.ligazakon.ua/news/2011/10/14/50276.htm>. (rus).
15. Nasadyuk A. (2012), The brand for growth, *Yuridicheskaya praktika [Legal Practice]*, No. 14, p. 8 (rus).
16. Nikolayeva T. N. (2013), Causal links, *Biznes*, No. 29, pp. 32-34 (rus).
17. «Top 50 Law Firms of Ukraine» (2012), *Yuridicheskaya praktika [Legal Practice]*, Special Issue (rus).
18. Ruzhentseva Ye., Sugak S. (2012), The client will bring up the rankings, *Yuridicheskaya praktika [Legal Practice]*, No. 15, p. 3, 29-30 (rus).
19. Sineokiy O. V. (2007), Advocacy as an institution of legal aid and protection: problems of formation and development prospects, *Zaporozhye*, 432 p. (rus).
20. Sokolov N. Ya. (2004), The legal profession: the concept, nature and content, *Gosudarstvo i pravo*, No. 9, pp. 22-30 (rus).
21. Tomas Dzh. (2012), There is only one way to influence the outcome, *Yuridicheskaya praktika [Legal Practice]*, No. 15, p. 29 (rus).
22. Trunov I. L. (2009), Problems of legal business in Russia, *Chelovek: prestuplenie i nakazanie*, No. 2, pp. 8-13 (rus).

© Хохуляк Олеся

Надійшла до редакції 19.11.2013

УДК 504:332.1

ЧЕЧЕЛЬ АННА,

кандидат наук з державного управління, доцент

Донецького державного університету управління, Україна

КОНОПЛЬОВ СЕРГІЙ,

кандидат політичних наук, директор Гарвардських Програм ексклюзивної освіти

(Гарвардський інститут державного управління ім. Джона Ф. Кеннеді), США

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТЕРИТОРІЇ (НА РІВНІ РЕГІОНУ)

У статті охарактеризовано підходи до визначення соціально-економічного стану пост-індустріальних вугільних територій (старопромислових регіонів), які розуміються як такі, на яких тривалий час формувався специфічний виробничо-технічний, транспортно-комунікаційний і соціально-економічний комплекс, що забезпечував видобуток і переробку кам'яного вугілля. Населення таких територій веде специфічний спосіб життя, пов'язаний з особливостями соціально-територіальної шахтарської спільноти (чисельність якої - від декількох тисяч осіб до двох мільйонів (як у Верхній Сілезії), до трьох мільйонів (як у Кузбасі), до восьми мільйонів (як у центральному Донбасі).

Запропоновано методику оцінки ступеня депресивності вугільного регіону методом кластерного аналізу з урахуванням екологічної складової. У запропонованій методиці оцінка рівня депресивності регіону здійснюється на підставі інтегрального показника, розрахованого з використанням методу кластерного аналізу. Суть останнього полягає в розподілі всіх розглянутих індикаторів, що характеризують об'єкт, що вивчається за групами, що входять у територіально-виробничий кластер. У якості основних індикаторів рівня розвитку територій запропоновано з соціально-економічних показників методом якісного аналізу відібрати індикатори та згрупувати їх у 7 кластерів (груп) за принципом подібності: виробничі індикатори, індикатори споживання, фінансово-інвестиційні індикатори, демографічні індикатори, соціально-економічні індикатори, індикатори зайнятості, індикатори природокористування.

Основним способом подолання диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів визначено здійснення комплексних структурних перетворень економіки входять до них локальних територій (міст, районів). При виборі напрямків структурних перетворень мають враховуватися фактори розвитку (депресивності) містоутворюючих природоексплуатуючих підприємств, соціальні, економічні та екологічні наслідки їх реструктуризації, заходи державної підтримки на національному, регіональному, галузевому рівнях.

Ключові слова: постіндустріальна вугільна територія; ступінь депресивності; кластерний аналіз; індикатори рівня розвитку територій.

№ 6 (126) листопад-грудень 2013 р.