

*Марченко О. С.,  
доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри економічної теорії  
Національного юридичного університету  
імені Ярослава Мудрого  
м. Харків, Україна*

## **КРАУДСОРСИНГ У ЮРИДИЧНОМУ КОНСАЛТИНГУ**

Юридичний консалтинг – це практична юридична діяльність у договірній формі на комерційній основі. Юридичний консалтинг є видом підприємницької діяльності, його мета – отримання прибутку шляхом досягнення певного правового результату практичної юридичної діяльності. За критеріями змісту та результату діяльності фахівців з права головними видами юридичного консалтингу є надання:

– юридичних послуг – функцій, змістом яких є виконання фахівцями з права певних професійних функцій та дій юристів за замовленням клієнтів. Юридичні фірми представляють інтереси клієнтів у державних та недержавних закладах, складають договори, претензії, позики та ін., тобто, виконують функції чи здійснюють дії юристів та юридичних служб підприємств;

– юридичних послуг консультативного типу – надання клієнтам професійних порад, рекомендацій, пропозицій стосовно вирішення їх проблем юридичного характеру.

Оскільки головною формою професійної допомоги в сфері юридичного консалтингу є консультування, його можна визначити як підприємницьку діяльність професіональних консультантів-юристів з надання господарюючим суб'єктам юридичних послуг консультативного типу. Варто зауважити, що зараз зазначений термін широко використовується для визначення комерційної юридичної практики у цілому.

Надання юридичних послуг можна представити як рух професійних правових знань і інформації від джерела (юриста-консультанта) до одержувача (клієнта), що охоплює етапи замовлення, продукування, передачі правових знань та інформації та їх засвоєння одержувачем з метою отримання певних вигід від їх використання.

Оскільки правові знання складають основу юридичного консалтингу, методи та засоби їх залучення є одним із важливих інструментів ефективної юридичної практики. У сучасний період з'являються нові технології передачі знань, основу яких складає використання Інтернет та можливостей електронних спільнот. Однією з таких технологій є інтелектуальний краудсорсинг (від англійського crowd - «натовп») – технологія використання колективного розуму (інтелектуального потенціалу) Інтернет-спільнот.

Інтелектуальний краудсорсинг – це технологія інтелектуальної співпраці у Інтернет-мережах, що спрямовується на створення

інтелектуального продукту на основі інтеграції неявних знань великої кількості людей («натовпу»). Змістовним ядром поняття краудсорсингу є інтелектуальна взаємодія, співпраця поєднаних мережами носіїв неявних знань, яка, завдяки Інтернет, не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та ін. обмежень.

На відміну від традиційних технологій інтеграції неявних знань – навчання і консультування, інтелектуальний краудсорсинг, по-перше, суттєво розширює коло суб'єктів, знання яких інтегруються для досягнення певної мети, по-друге, значно збільшує масштаб залучення, обміну та використання знань людей, необхідних для створення інтелектуального продукту. Так, навчання як інтелектуальна співпраця вчителя і учня обмежується рамками навчального закладу, обов'язковим професійним статусом викладача, навчальними стандартами та програмами тощо. Традиційні консультант-клієнтські відносини базуються на договорі з надання юридичних послуг, що також обмежує можливості інтеграції правових знань. Навпаки, краудсорсинг, завдяки Інтернет, що спрощує масові комунікації та обмін інформацією, залучає до інтелектуальної співпраці людей як носіїв необхідних для розв'язання певної проблеми знань без урахування їх місцезнаходження, спеціальної освіти, професії, соціального статусу, місця роботи, посади тощо. Інтелектуальний краудсорсинг дозволяє оптимально комбінувати і використовувати знаннєві ресурси учасників інтелектуальної співпраці у соціальних мережах, досягати позитивного синергетичного ефекту інтеграції знань. Результатом мережевої взаємодії суб'єктів інтелектуальної співпраці в межах глобального знаннєінтеграційного простору краудсорсингу можуть бути різні види інтелектуального продукту: розв'язання певної проблеми, інноваційна ідея, технологія або її модифікація, продукція, послуги та ін. Отже, краудсорсингу, що спрямований на залучення, комбінацію і використання головного ресурсу інформаційного суспільства – знань та інформації, притаманний синергетичний ефект – помножений результат інтелектуальної співпраці носіїв неявних знань.

Застосування технології краудсорсингу дозволяє юридичним фірмам знижувати трансакційні витрати, пов'язані з використанням ринкового механізму забезпечення професійної діяльності знаннєвими ресурсами.

Застосування у юридичному консалтингу інтелектуального краудсорсингу має такі головні форми :

– внутрішній краудсорсинг – обмін правовими знаннями та інформацією у межах корпорації. Ця форма краудсорсингу актуальна, якщо, по-перше, підрозділи корпорації територіально відокремлені один від одного, по-друге, якщо застосовується така модель зайнятості юриста як віддалена робота у Інтернеті (freelance). Але треба підкреслити, що в межах корпорації рівень інтеграції неявних знань персоналу визначається її структурою та менеджментом;

– партнерський краудсорсинг – інтелектуальна співпраця юристів різних фірм з обміну правовими знаннями та інформацією. Ця форма краудсорсингу значно обмежуються конкуренцією на ринку юридичних послуг, але

доцільність її розвитку визнана юристами, оскільки вона є додатковим каналом професійних знань та обміну досвідом. Партнерський краудсорсинг може також застосовуватися, якщо для розв'язання правової проблеми треба залучити знання фахівців інших галузей спеціалізації: економістів, фінансистів, аудиторів, психологів.

– зовнішній краудсорсинг як залучення до вирішення певної правової проблеми знань учасників електронних спільнот;

– правовий краудсорсинг, який застосовують юристи, юридичні фірми та державні установи та громадські організації з метою виявлення суспільної думки щодо проектів певних нормативних актів та їх оцінки.