

Экономика услуг и современные модели поведения потребителей юридических услуг в России

Заявка № 1677550

Т. И. Заславская писала, что «небезразлично для экономики и потребительское поведение. . . разнообразные способы поведения населения в сферах распределения и обмена сказываются, в первую очередь, на пропорциях распределения национального дохода: речь идет о соотношении фондов общественного потребления и накопления, об уровне и структуре личных доходов разных общественных групп и пр.» [1].

Право является продуктом социальных отношений, а социальная норма является набором сведений об определенном поведении. Категории «правовые ориентации» и «правовая установка» сообщают нам о том, что в социуме знания нормативных предписаний и законодательных положений недостаточно для оказания должного влияния на состояние общественных отношений [2].

По мнению главного критика экономической теории XIX в Т. Веблена побудительные мотивы людей, а также их поведение, оформляются в виде институтов, которые определяют экономические взаимоотношения [3].

«Эволюция потребительских форм» наблюдается на всем протяжении истории развития человечества [4].

Современный рынок юридических услуг в России имеет свою институциональную структуру, а также особенности функционирования. В России согласно Росстата платные юридические услуги занимают примерно всего лишь 1% от общей стоимости платных услуг, оказанных населению за 1 календарный месяц. Исследование показало, что повышенная криминогенная обстановка в ряде регионов получает свое отражение в статистике востребованности оказания возмездных юридических услуг для населения. Ключевым актором рынка юридических услуг в России на сегодняшний день признается адвокатура, представляющая собой корпорацию юристов РФ, но пока «юрист» и «адвокат» продолжают быть не синонимичными понятиями. По данным на апрель 2023 г. на территории России почти 85 тысяч адвокатов вело юридическую практику, но такое адвокатское сообщество не кажется нам таким внушительным только по причине того, что исследования указывают о том, что на каждого практикующего адвоката приходится порядка 10 человек, которым требуется адвокатская помощь с учетом современных тенденций преступности в обществе [5].

В маркетинге уже исследованы базовые модели поведения потребителей, но с точки зрения экономической социологии мотивы поведения могут выходить за рамки только экономических выгод или удовлетворения потребностей, поэтому социологический подход при изучении потребительского поведения акцентирует свое внимание на субъективных и объективных факторах, а также условиях социальной среды, на социальных институтах, в контексте действий социальных субъектов, которые реализуют экономические или иные интересы. И именно потому следует изучить модели поведения потребителей юридических услуг на территориальных рынках через призму типологии процессов принятия решения потребителем, что представляется наиболее верным с точки зрения экономико-социологического исследования современного развития общества и экономики услуг [6].

Источники и литература

- 1) Заславская Т.И. Избранное / Т.И. Заславская. М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. Том 1. Социальная экономика и экономическая социология. 735 с.

- 2) Ситников К.А. Формы осуществления функций права // Экономика. Право. Общество. 2025. Т.10. №3 (43).
- 3) Веблен Т. Теория праздного класса. Экономическая мысль Запад. Прогресс. М. 1984. 368 с.
- 4) Овруцкий А. В. Эволюция потребительских форм // Вестник Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. – 2010. - №3 (19). С.151-157.
- 5) Русанова Е.И. Современный рынок юридических услуг в России: институциональная структура, акторы, особенности функционирования // Известия Саратовского университета. Новая Серия. Серия: Социология. Политология. 2025. Т.25. Вып.3. С.290-302.
- 6) Социология потребления : учеб. пособие / М.Е. Родионова, С.В. Назаренко, Е.А. Агеева, Н.И. Киселева, К.В. Голубева. М. : ИНФРА-М, 2018. 189 с.