

ZNAJOMOŚĆ E-USŁUG PRAWNYCH W POLSCE NA PRZYKŁADZIE BADAŃ ANKIETOWYCH

AGNIESZKA SZEWCZYK¹

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
¹ e-mail: aszew@wneiz.pl

SŁOWA KLUCZOWE

e-usługi prawne, e-kancelarie

STRESZCZENIE

Przedmiotem artykułu są e-usługi prawne świadczone przez e-kancelarie. Celem było zbadanie, na jakim poziomie kształtuje się przeciętna znajomość e-usług prawnych w Polsce oraz czy działające na rynku wybrane e-kancelarie cieszą się powodzeniem wśród użytkowników sieci.

Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy ankiety jednokrotnego i wielokrotnego wyboru. Odpowiedziało na nią 139 osób o zróżnicowanym portrecie. Próbę badawczą i witryny prawne wybrano losowo. W literaturze zagranicznej nie znaleziono odniesień do tego tematu.

Analiza wyników wykazała, że charakterystyczny dla Polski jest dosyć mizerny zarys świadomości co do działalności e-usług prawnych, chociaż ankietowani gremialnie wyrażali chęć skorzystania z tego typu możliwości. Mieli jednak niewielką wiedzę na ten temat.

Wprowadzenie

Coraz większym zainteresowaniem użytkowników internetu zaczynają się cieszyć e-usługi, do których zaliczają się niewątpliwie również e-usługi prawne.

Celem artykułu jest zbadanie, na jakim poziomie kształtuje się przeciętna znajomość e-usług prawnych w Polsce oraz czy działające na rynku wybrane e-kancelarie cieszą się powodzeniem wśród użytkowników sieci.

E-kancelaria nie jest zbyt popularnym zjawiskiem w świecie zarówno prawa, jak i internetu. Jednak aby mogła dobrze funkcjonować, potrzebne są normy, według których będzie działać zgodnie i bez problemów. Każda kancelaria prawna, aby móc świadczyć swoje usługi drogą elektroniczną, musi posiadać regulamin, który będzie normować wszystkie prawa i obowiązki. Poniżej przedstawiono wybrane zagadnienia z tym związane.

1. Specyfika e-kancelarii w Polsce

„E-usługi prawne stanowią nowoczesną formę doraźnej obsługi prawnej, świadczonej w sprawach niewymagających bezpośredniego kontaktu z klientem, umożliwiając klientowi niezwłoczne uzyskanie pomocy prawnej (np. sporządzenie prostej umowy, pozwu w bezspornym stanie faktycznym, wezwania do zapłaty, uzyskanie opinii prawnej, odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, ksiąg wieczystych itp.)” (Tylec, Misztal-Konecka, 2009, s. 55–56). Świadczenie usług prawnych drogą elektroniczną jest stosunkowo „młodym” projektem, dlatego, co się z tym wiąże, mało popularnym. Dlatego istotnym elementem, jeśli to tylko możliwe, jest niepopołnienie błędów, które stałyby się negatywną reklamą w oczach klientów. Pocięszające jest, że prawo w Polsce, nie należące do najsprawniejszych, zaczyna powoli zmierzać w dobrym kierunku, wyciągając rękę do obywatela.

Usługi prawne świadczone drogą elektroniczną mają niewątpliwie zalety i wady:

- można z nich skorzystać szybko, bez wychodzenia z domu;
- nie są drogie, ale klient nie ma pewności, czy obsługuje go wykwalifikowany specjalista;
- można je zareklamować w przeciągu siedmiu dni od uzyskania zakupionej usługi w danej e-kancelarii;
- jeśli są błędne, to trudno ustalić kwestie odpowiedzialności prawników udzielających takich porad;
- oszczędność finansowa (Adamski, Gołaczyński, 2010, s. 11).

E-kancelarie świadczą różnorodne usługi. Niektóre zajmują się wywiadem gospodarczym, który ma na celu wyeliminowanie ryzyka związanego z trafnością podjętych decyzji co do zawarcia kontraktów handlowych. Po otrzymaniu zlecenia e-kancelaria, na podstawie zebranych i zweryfikowanych informacji tworzy raport, który pomaga ocenić sytuację zarówno obecnych, jak i przyszłych partnerów. Dane zawarte w raporcie pochodzą z różnych źródeł, jak:

- rejestry sądowe i ewidencje przedsiębiorstw,
- publikatory urzędowe,
- publikacje specjalistyczne,
- informacje prasowe (Tylec, Misztal-Konecka, 2009, s. 21–25).

Wychodząc naprzeciw potrzebom nowoczesnego obrotu gospodarczego, kancelarie świadczą na odległość (a w szczególności przez internet) następujące usługi:

- e-porady prawne,
- e-opinie prawne,
- stałą e-obsługę prawną (Janowski, 2008, s. 8–10).

Do kolejnych zadań e-kancelarii należy m.in. windykacja, która polega na szybkim i efektywnym wyegzekwowaniu należności od dłużnika, z jednoczesnym poszanowaniem wzajemnych kontaktów biznesowych. Zasięg terytorialny elektronicznej kancelarii pozwala na skuteczne prowadzenie sprawy bez względu na miejsce pobytu klienta oraz dłużnika. Etapy postępowania windykacyjnego:

- postępowanie polubowne przedsądowe – sporządzanie wezwań do zapłaty, ustalenie majątku dłużnika w celu szybkiej i skutecznej egzekucji należności w późniejszej fazie windykacji, negocjowanie z dłużnikami celem zawarcia ugody;
- postępowanie sądowe – prowadzone w trybie nakazowym, upominawczym lub zwykłym przez prawników specjalizujących się w sprawach windykacyjnych. Celem sądowego postępowania windykacyjnego jest jak najszybsze uzyskanie orzeczenia sądowego i opatrzenie go klauzulą wykonalności;
- postępowanie polubowne przedegzekucyjne – na podstawie tytułu wykonawczego negocjatorzy kancelarii prowadzą postępowanie polubowne, uświadamiając dłużnikowi nieuchronność egzekucji jego majątku i kosztów z tym związanych;
- postępowanie egzekucyjne – prowadzone jest przez odpowiednio dobranych komorników; Zmierzają do całkowitego odzyskania wierzytelności od dłużnika lub uzyskania postanowienia o bezskuteczności egzekucji (Gołaczyński, 2009, s. 12).

Polska nie może pochwalić się zbyt rozwiniętą dziedziną prawną. Wiele kwestii związanych z przepisami nie zostało jeszcze do tej pory unormowanych, dlatego występuje ogromne ryzyko korzystania z portali prawnych.

Liczba porad prawnych udzielanych przez internet rośnie bardzo szybko. Ofiarą złe udzielonej porady może być jednak każdy użytkownik. E-prawnicy specjalizują się w udzielaniu porad, przygotowują umowy, opinie prawne i pisma procesowe już od 35 zł. Dla stałych klientów oferują również usługi abonamentowe: za ok. 200 zł. Wirtualnemu prawnikowi można zadać nieograniczoną liczbę pytań. Wystarczy zwykle zarejestrować się w serwisie.

Główne bariery korzystania z e-usług prawnych w Polsce to:

- brak dostosowania prawa polskiego do warunków i wymagań rozwoju społeczeństwa informacyjnego; prawo polskie musi zachować spójność z aktami prawnymi Unii Europejskiej;
- brak usprawnień działań administracji publicznej przy wykorzystaniu technologii informatycznych;
- brak koordynacji i standaryzacji informatyzacji w dziedzinie administracji publicznej;
- nierówne szanse społeczne dotyczące dostępu do informacji; upowszechnienie internetu wśród ogółu społeczeństwa polskiego pomoże rozwinąć społeczeństwo informacyjne w Polsce;
- brak dbałości o utrzymanie zaufania do internetu (Dąbrowska, Janoś-Kresło, Wódkowski, 2009, s. 145).

Polska jest trudnym krajem, w którym innowacyjność nie jest priorytetem. Rynki UE zostały otwarte dla Polski, jednak przepisy prawne w Polsce uniemożliwiają sprawne działanie na

tych rynkach. Bardzo ważne jest zatem, by jak najszybciej zająć się sądownictwem i uregulowaniami prawnymi w Polsce w taki sposób, by stała się ona przykładem dla innych państw.

2. Prezentacja wybranej e-kancelarii

Przykładem działającej ówczesznie na rynku polskim e-kancelarii prawnej jest e-Kancelaria Grupa Prawno-Finansowa SA. Poszczególne strony i podstrony serwisu zostały scharakteryzowane w taki sposób, aby możliwe było przyjrzenie się, w jaki sposób jedna z kancelarii przystosowała swoją działalność do dzisiejszych realiów.

Menu na głównej stronie portalu jest poziome i znajduje się na górze pod logo strony. Składa się odnieść do z: Firmy, Oferty, Referencji, Pracy, Kontakt.

Menu jest przejrzyste i klarowne, co umożliwia użytkownikowi serwisu łatwe poruszanie się i szybki dostęp do poszukiwanych informacji.

W stopce serwisu znajduje się nr KRS, NIP i REGON, co czyni firmę o wiele bardziej wiarygodną i przygotowaną dla nowych klientów, którzy nie mieli jeszcze okazji zaznajomić się z kancelarią.

Dodatkowymi usługami, jakie świadczy e-kancelaria, prócz zwykłych porad prawnych drogą mailową, są porady telefoniczne. W zakładce Aktualności klient może się zapoznać z nowościami na rynku prawniczym.

Marketing, który został tu zastosowany, to między innymi użycie słów kluczowych, które znacznie przyciągają uwagę i sprawiają, że klient chce zapoznać się z witryną i usługami kancelarii. Te słowa to profesjonalizm, skuteczność, zaufanie.

W zakładce Oferty (z podstroną Pieczęć prewencyjna) można wybrać z menu: windykacje, doradztwo prawne, specjalne usługi prawne, pieczęć prewencyjną, wywiad gospodarczy, wykup wiarygodności, wywiad gospodarczy, monitoring płatności.

Pieczęć prewencyjna jest jedną z usług świadczonych przez e-kancelarie. Nie ma problemów ze zrozumieniem usługi, gdyż wszystko napisane zostało językiem prostym i zrozumiałym dla każdego. E-kancelaria nie skupiła się na zachwalaniu swoich usług, a jedynie przedstawiła je w krótki i zwięzły sposób, tak aby przykuć uwagę i zainteresować potencjalnego klienta. Widać, że strategia marketingowa została przemyślana w dobry sposób i dopracowana w najmniejszym szczególe.

Dane do kontaktu z e-kancelarią powinny znajdować się w widocznym miejscu – strona www.e-kancelaria.com spełnia ten wymóg. Potencjalny klient, chcąc skorzystać z możliwości skontaktowania się z kancelarią, wybiera zakładkę Kontakt. Jeśli klient chce osobiście skontaktować się z doradcą, może udać się pod wskazany adres do jednego z 12 oddziałów w Polsce.

Kiedy użytkownik witryny będzie gotowy do skorzystania z proponowanych usług kancelarii prawnej, wystarczy, że kliknie lewym przyciskiem myszki na zakładkę: Formularz kontaktowy.

Klient, chcąc skorzystać z usługi e-kancelarii, powinien wypełnić formularz kontaktowy, podając niezbędne dane. W polu wyboru „W sprawie oferty” może wybrać dostępne możliwości: doradztwo prawne, windykacja należności, sprzedaż wiarygodności, monitoring płatności.

Kiedy już zostanie wypełniony formularz, należy nacisnąć „wyślij”, przy czym wcześniej trzeba zaznaczyć pole odnośnie do przetwarzania swoich danych osobowych. Na odpowiedź zwykle czeka się do 48 godzin. Jest to przejrzysta i prosta funkcja, z którą nawet nowy użytkownik nie będzie miał problemów.

Istotną informacją, znajdującą się na stronie internetowej, jest informacja o firmie – to bardzo istotne z punktu widzenia nowego klienta. Firma powinna opisać rodzaj swojej działalności, wskazać swoich partnerów (co nie jest przymusowe), rekomendacje, jeśli takowe posiada. W ten sposób wzbudzi zaufanie klienta. Po lewej stronie zakładki Firma znajduje się menu pionowe, które zawiera: rekomendacje, etykę zawodową historię, zespół, politykę bezpieczeństwa, BIG InfoMonitor, aktualności.

Ważnym elementem jest również menu pionowe po prawej stronie serwisu, które jest na stałe przypisane i pojawia się na każdej wybranej przez użytkownika zakładce. Dzięki niemu klient może w szybki sposób, po zaznajomieniu się z działalnością i usługami kancelarii prawnej, skontaktować się z doradcą prawnym oraz przejść do Giełdy.

Dzięki tak skonstruowanemu menu, gdzie użytkownik ma tyle opcji do wyboru, łatwiej jest się poruszać po stronie i zapoznać się z kancelarią prawną i jej działalnością. Serwis jest dobrze przygotowany dla klientów, jednak coraz więcej kancelarii prawnych zaczyna poszerzać swój wachlarz usług i możliwości, dlatego też przedstawione plusy kancelarii mogą być niewystarczające dla pozyskania nowych klientów.

Cieszy fakt, że przykładowa kancelaria prawna ma już na swoim koncie 8000 klientów, a liczba ich nadal wzrasta. Dodatkowym atutem jest to, że nie stoi w miejscu, ale rozwija się adekwatnie do potrzeb rynku, na początku bowiem była spółką komandytową i posiadała węższy zakres usług.

3. Badanie opinii publicznej na temat e-porad prawnych

W celu poznania opinii publicznej na temat znajomości i obycia z e-usługami prawnymi została utworzona ankieta. Zawierała ona pytania zarówno wielokrotnego, jak i jednokrotnego wyboru, i miała na celu zbadanie, jaka jest znajomość i preferencje społeczeństwa w odniesieniu do e-usług prawnych działających na rynku polskim (ankietę przeprowadziła studentka Uniwersytetu Szczecińskiego Berta Bober).

Ankiety wypełniło 139 osób. Osoby ankietowane należały do różnych grup społecznych, korzystały przy tym z takich portali jak m.in.: www.nk.pl, www.facebook.com, www.myspace.com oraz wypowiadały się na różnych forach tematycznych. Miejsce zamieszkania tych osób jest zróżnicowane – są to zarówno duże miejscowości, jak i małe, rozproszone we wszystkich województwach Polski. Wiek oraz wykształcenie ankietowanych są różnorodne, dzięki temu został pozyskany szerszy obraz znajomości e-usług prawnych w Polsce. Portret osoby wypełniającej ankietę jest zróżnicowany, ponieważ może to być zarówno osoba młoda, ucząca się, jak i starsza, będąca w obecnej chwili na rencie bądź emeryturze.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, większość ankietowanych to kobiety. Aż 75 osób z 139 to kobiety, co stanowi 54% badanych, natomiast pozostała część 46% to mężczyźni. Największy odsetek stanowią osoby z przedziału wiekowego od 21 do 30 lat – aż 41% badanych, co oznacza, że ankietę wypełniały w większości osoby młode. Najmniej osób jest z przedziału wiekowego do 20. roku życia oraz 51 lat i powyżej – stanowią po 5%. Natomiast przedział wiekowy od 31 do 40 lat stanowi 25% badanych, a przedział od 41 do 50 lat – 24%.

Wykształcenie ankietowanych oscyluje głównie przy trzech odpowiedziach tzn. wyższe, średnie ogólnokształcące oraz średnie zawodowe, z czego wyższe stanowi największy procent – aż 37, tuż za nim 25% stanowią ankietowani z wykształceniem średnim zawodowym. 19% ankietowanych to osoby posiadające wykształcenie ogólne, natomiast 13% stanowią osoby, które ukończyły szkoły zawodowe. Najmniejszy procent badanych osób stanowią osoby z wykształceniem gimnazjalnym (5%) oraz podstawowym (1%). Można zatem stwierdzić, iż większość osób ankietowanych to osoby wykształcone.

Miejscowości zamieszkania osób ankietowanych są różnorodne, zdecydowanie jednak przeważają miejscowości do 500 tys. mieszkańców, co stanowi 30% badanych, oraz miasta powyżej 500 tys. mieszkańców (22%) i miasta do 100 tys. mieszkańców (23%). Osoby z mniejszych miejscowości stanowią ogółem 25% (wieś – 10%, miasta poniżej 50 tys. – 15%).

Jeżeli chodzi o procentową częstotliwość korzystania z internetu przez osoby ankietowane, to odpowiedź „codziennie” została zaznaczona przez 119 osób, a stanowi to aż 86%, „rzadziej niż raz w miesiącu” oraz „raz w miesiącu” zaznaczyły jedynie po dwie osoby (1% ankietowanych), a „raz w tygodniu” dziewięć osób (7% ankietowanych). 5% badanych nie wie, jak często korzysta z internetu i trudno wyciągnąć wniosek, czy jest to częste zdarzenie, czy też nie. Odpowiedzi na to pytanie są satysfakcjonujące, gdyż oznaczają, że osoby ankietowane są obyte z internetem.

Pocieszający jest fakt, że aż 27% ankietowanych (38 osób) posiada już doświadczenie z e-usługami prawnymi, niestety pozostałe 73% nie. Wynikać to może z faktu, iż zapotrzebowanie (popyt) jest stosunkowo niskie w porównaniu do innych krajów.

Do analizy zostały wykorzystane cztery kancelarie prawne działające na polskim rynku prawnym:

- E-kancelaria Grupa Prawno-Finansowa SA – www.e-kancelaria.com;
- E-porady 24 Porady prawne przez internet – www.eporady24.pl;
- Wielgosz & Wspólnicy Kancelaria Prawna – www.wielgoszizwspolnicy.eu;
- Lex-Group Doradcy Prawni Sp. z o.o. – www.e-poradyprawne.pl.

Zdecydowanie większość ankietowanych (52%, czyli 81 osób) odpowiedziała, że nie spokali się z żadną z tych kancelarii. E-porady 24 Porady przez internet cieszą się największym powodzeniem wśród wybranych kancelarii, gdyż stanowią 18%. Po 13% mają Lex Group Doradcy Prawni Sp. z o.o. oraz E-kancelaria M. Pawłowski, a tylko 4% Wielgosz & Wspólnicy Kancelaria Prawna. Przyczyną takiego wyniku mogą być problemy w ustaleniu haseł kluczowych w wyszukiwarkach internetowych. Wszystko jest zależne od tego, co dany użytkownik wpisze w wyszukiwarkę – czy porady prawne, czy też e-kancelarię prawną. Jest to ważny czynnik, któ-

ry powinny wziąć pod uwagę wszystkie kancelarie prawne, które chcą zaistnieć w sieci i w niej pozostać na długie lata.

Bardzo dobrą informacją jest fakt, że aż 72 osoby, czyli 52% ankietowanych, spotkały się z e-usługami prawnymi. 38% osób ankietowanych nie spotkało się z takimi usługami, jednak zdają sobie sprawę, że one istnieją. Jedyłą tak naprawdę złą wiadomością jest to, iż 10% ankietowanych nie wie w ogóle, co to są e-usługi prawne.

Świadomość społeczeństwa dotycząca istnienia e-usług prawnych cieszy, ale jeszcze bardziej pocieszający jest fakt, iż 63% ankietowanych na pytanie: „Czy był(a)by Pan/Pani chętny/chętna do korzystania z usług prawnych za pomocą komputera?” odpowiedziało „tak”. 27% ankietowanych nie ma zdania, jednak to nie stanowi większego problemu, ponieważ dobrze zastosowany marketing i dalszy rozwój takich usług mogą z czasem przekonać te osoby, że warto. Być może wynika to również z faktu, że większość osób ankietowanych to osoby młode, które nie potrzebują jeszcze usług prawnych. To samo może dotyczyć odpowiedzi „nie”, która została udzielona przez 10% ankietowanych.

W ankiecie zawarto też pytanie: „Czy Pana/Pani zdaniem istnieje zapotrzebowanie na e-usługi prawne?”. Miało ono zbadać, czy ankietowani uważają, iż przydatne mogą być e-usługi prawne nie tyle dla nich, jak dla ogółu społeczeństwa. Dlatego cieszy fakt, iż 68% ankietowanych uważa, że istnieje takie zapotrzebowanie, a 25% nie ma zdania w tej kwestii, co nie jest złą wiadomością, gdyż w poprzednim pytaniu co do chęci korzystania z e-usług prawnych nie miało zdania 27%, a to oznacza większe poparcie dla e-usług prawnych już o 2 punkty procentowe.

Natomiast pytanie: „Co Pana/Pani zdaniem może wpływać na to, iż ludzie rzadko korzystają z porad prawnych za pomocą internetu?” miało na celu sprawdzenie odczuć społeczeństwa w stosunku do e-usług prawnych i zbadanie, jakie według ankietowanych mogą być czynniki wpływające na tak małą jak dotąd liczbę chętnych. Najwięcej zostało zaznaczonych odpowiedzi: „nieznajomość usługi”, co nie jest zaskakującą wiadomością, skoro we wcześniejszych pytaniach było można dowiedzieć się, że aż 10% ankietowanych nie wie, co to są e-usługi. Takie usługi są, jak widać, mało popularne, skoro aż 75 osób biorących udział w ankiecie (54% ankietowanych) uważa, że ich powszechność jest zbyt mała. Czyli mając styczność z tymi usługami, zdają sobie sprawę, że jednak nie są one tak rozpowszechnione. Odpowiedź „brak kontaktu wzrokowego z prawnikiem” oraz „obawa przed nieznanym” zaznaczyły aż 72 osoby ankietowane, co jest ważną informacją. Brak pewności, czy po drugiej stronie informacji, porady udzieli prawdziwy, wykwalifikowany prawnik, jest sygnałem dla kancelarii, które chcą istnieć w sieci, by rozważyły ten problem. Kolejnymi czynnikami, które zostały poparte w 17 i 15% są kolejno „brak dostępu do internetu” oraz „niska znajomość obsługi komputera”, co dla wielu nie jest zaskakującą wiadomością. Aż 9% ankietowanych nie było w stanie jednoznacznie odpowiedzieć na zadane pytanie, natomiast 4% zaznaczyło odpowiedź „inna opcja (jaka?)”, wskazując w 67% na cenę, a w 37% na brak zaufania, co może być jednoznaczne z obawą przed nieznanym.

Większość ankietowanych (56%) uważa, że wyboru kancelarii prawnej dokonuje się na podstawie znajomości kancelarii oraz czasu oczekiwania na usługę. 48% ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „powszechność”. Niestety powszechność czy też popularność usług prawnych jest

jedynie spełniona w niewielkim stopniu. Odpowiedź „Rekomendacje znajomego” poparło aż 35% badanych, co również jest zrozumiałe ze względu na wyżej wspomniany brak popularności. Dodatkowo 13% ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „lokalizacja blisko miejsca zamieszkania” (co w pewnym stopniu świadczy o znajomości firmy – ludzie kierują się zwykle tam, gdzie coś już poznali) oraz „czas otwarcia”. Są to ważne czynniki z punktu widzenia e-kancelarii, ponieważ ogólnie można powiedzieć, że czas otwarcia nie stanowi dla nich problemu, tak samo jak lokalizacja, gdyż za pomocą stworzonego przez siebie portalu mogą wirtualnie zaistnieć w domu klienta.

Celowo zostało zadane pytanie o tradycyjną kancelarię prawniczą, a nie o nowoczesną, która świadczy swoje usługi również za pomocą internetu, ponieważ można było liczyć się z możliwością niskiej znajomości e-usług prawnych.

Dodatkowo 14% ankietowanych wskazało inne czynniki, które mogą wpływać na wybór kancelarii prawnej. 37% ankietowanych przy wyborze kancelarii sugerowałoby się ofertą cenową, 32% opiniami o kancelarii (korzystając przy tym z różnych forów, nie tylko prawniczych), 26% nazwiskami prawników, a tylko 5% rokiem założenia.

Natomiast zdecydowana większość ankietowanych (aż 86%) na pytanie: „jakie wg Pana/Pani są korzyści w e-usługach prawnych?” zaznaczyła odpowiedź „oszczędność czasu” i nie da się ukryć, że jest to jeden z głównych atutów wszystkich e-usług, nie tylko prawnych. 55% badanych ceni sobie wygodę i komfort, iż może bez wychodzenia z domu skorzystać z e-usług. Tak samo jest w przypadku 48% zaznaczonych odpowiedzi „możliwość wysłania zapytania o każdej porze dnia i nocy” oraz odpowiedzi „brak konieczności dojazdu”, która została zaznaczona 56 razy. Dodatkowym atutem e-usług prawnych jest możliwość dokonania za nich opłat również poprzez internet – zgadza się z tym 33% badanych. Natomiast dodatkowo 31% uważa, że skrócony czas oczekiwania na usługę jest również bardzo ważnym elementem. Rozwój społeczeństwa informacyjnego nie stanowił dla ankietowanych zbyt wielkich korzyści, gdyż został zaznaczony jedynie 32 razy. Możliwe, że wynika to z faktu, iż mało ludzi zdaje sobie sprawę z tego, czym naprawdę jest społeczeństwo informacyjne i jakie niesie to ze sobą korzyści.

Odpowiedź „inne (jakie?)” została zaznaczona przez jedną osobę, która wskazała, iż istnieją dodatkowe korzyści w e-usługach prawnych, ale nie potrafi ich jeszcze sama wskazać.

Ostatnie pytanie: „która z niżej wymienionych kancelarii wg Pana/Pani jest najlepiej przygotowana dla klienta?” miało na celu określenie, która z e-kancelarii najbardziej odpowiada ankietowanym. Według własnych upodobań, preferencji, przejrzystości strony itp. 45% badanych oceniło, iż portal www.eporady24.pl jest najlepiej przygotowany dla klienta – jest to portal, który jako jedyny z czterech wybranych posiadał zdjęcia swoich pracowników i pełny opis ich doświadczenia i wykształcenia. Na drugim miejscu uplasowała się istniejąca na rynku prawnym od siedmiu lat www.e-kancelaria.com z 24-procentowym poparciem ankietowanych. Trzecie miejsce według ankietowanych zajął portal www.wielgosziwspolnicy.eu, natomiast czwarte www.e-poradyprawne.pl.

Odpowiedzi na to pytanie nie stanowią oceny, która z tych kancelarii jest najbardziej opłacalna czy najlepsza, ale przybliżają ankietowanym działalność e-usług prawnych oraz sprawdza-

ją, czy dotychczasowa znajomość e-kancelarii wpłynie w znacznym stopniu na jej wybór. Jak się okazuje, styczność ankietowanych z portalem www.eporady24.pl była niewielka – jedynie 18% ankietowanych było już zaznajomionych z tą właśnie witryną, jednak z drugiej strony, jak na liczbę ankietowanych i ogólną małą popularność e-usług prawnych, jest to bardzo dobry wynik. Podobnie jest w sytuacji znajomości dwóch kancelarii, gdzie 13% badanych miało już styczność z nimi, tj. Lex-Group Doradcy Prawni Sp. z o.o. oraz E-kancelaria Grupa Prawno-Finansowa SA, która uplasowała się, jak wyżej wspomniano, na drugim miejscu.

Podsumowanie

Przeprowadzona ankieta dała ogólny – dosyć mierny zarys świadomości co do działalności e-usług prawnych w Polsce. Dobrymi wiadomościami są chęć Polaków do korzystania z tych usług, która została wyrażona w 63% poparcia, oraz widoczny procent (68%) poparcia co do zapotrzebowania na wyżej wymienione usługi. Ze względu na niską powszechność e-usług prawnych aż 10% ankietowanych nie ma pojęcia, czym one są, jednak mimo tego problemu już 52% ankietowanych miało z nimi styczność.

Osoby biorące udział w ankiecie miały możliwość wypowiedzenia się na temat czynników, które wpływają na tak małe wykorzystanie e-usług prawnych przez społeczeństwo oraz wskazanie, jakie widzą korzyści w tych usługach. Główną korzyścią, jaka jest zwykle wymieniana przez ankietowanych, jest oszczędność czasu oraz wygoda skorzystania z e-usługi prawnej bez wychodzenia z domu. Tego faktu dotyczą również wszystkie e-usługi dostępne na rynku polskim. Natomiast najczęściej wskazywane czynniki kształtujące niski popyt na e-usługi prawne to m.in. nieznajomość usługi oraz obawa przed nieznanym, która dotyczy również małej powszechności wymienionych e-usług w Polsce.

Każda e-kancelaria prawna ma swój sposób na klientów – za pomocą dobrej strategii marketingowej czy też reklamy jest w stanie zdobyć wysokie miejsce w rankingach na rynku prawnym.

Kryzys wymusił na kancelariach szybszy postęp specjalizacji, na rynku nie widać już właściwie kancelarii, które zajmują się wszystkimi dziedzinami. Specjalizacja to także efekt postępujących zmian w realiach gospodarczych. Problemy, które zaczęły się pojawiać w gospodarce, to m.in. problemy opcji walutowych, z którymi wiele przedsiębiorstw nie potrafiło sobie poradzić, dlatego ważne było, by znaleźli się na rynku tacy specjaliści, którzy potrafiliby pomóc właśnie w tym zakresie. Kolejnym nowym segmentem są sprawy związane z ekologią oraz ze zobowiązaniami klientów w sferze dostosowań do nowych wymogów klimatycznych. Wiele firm musiało zmienić swoją taktykę i przyzwyczajenia. Przykładem mogą być wycofane z użytku torebki jednorazowego użytku, które, jak udowodniono, rozkładają się w środowisku naturalnym bardzo długo i wpływają na nie niekorzystnie.

Literatura

- Adamski, A., Gołaczyński, J. (2010). *Informatyzacja postępowania sądowego i administracji publicznej*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Dąbrowska, A., Janoś-Kresło, M., Wódkowski, A. (2009). *E-usługi a społeczeństwo informacyjne*. Warszawa: Difin.
- Gołaczyński, J. (2009). *Informatyzacja postępowania sądowego w prawie polskim i prawach wybranych państw*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Janowski, J. (2008). *Kontrakty elektroniczne w obrocie prawnym*. Warszawa: Wydawnictwo LexisNexis.
- Tylec, G., Misztal-Konecka J. (2009). *Elektroniczne aspekty wymiaru sprawiedliwości*. Bydgoszcz–Lublin: Oficyna Wydawnicza Branta.

THE UNIVERSALITY OF E-LEGAL SERVICES IN POLAND ON THE EXAMPLE OF SURVEYS

KEYWORDS | e-legal services, e-offices

ABSTRACT | Subject of the article is e-legal services provided by the e-offices. The aim was to examine to what level is as average knowledge of e-legal services in Poland and is operating on the selected e-firms are popular among users.

The survey was conducted using questionnaires of single and multiple choice. Answered it 139 people of different profile. Analysis of the results showed that the characteristic of Polish is quite miserable aware of what the e-business legal services, although respondents collectively expressed a desire to take advantage of such possibilities. But they had little knowledge on the subject.