

Dobre czasy już były*

Andrzej Michałowski

Kiedy nadejdą dobre czasy dla adwokatów? Odpowiedź brzmi: już były. Kiedy zaczynałem być adwokatem, odwiedził mnie w kancelarii kolega. Zналиśmy się dobrze. Mieszkaliśmy obok siebie. Graliśmy razem w piłkę. Chodziliśmy do tej samej podstawówki. Przez cztery lata siedzieliśmy w jednej licealnej ławce. Potem on został lekarzem, a ja adwokatem. Miał odziedziczyć mieszkanie na Starej Ochocie i potrzebował pomocy. Przyszedł ubrany w garnitur i pod krawatem. Kiedy zaskoczony zachwyciłem się jego wyglądem, odpowiedział: "Przecież przyszedłem do adwokata". Spotkanie z adwokatem to było coś wyjątkowego.

Rezultat,

nie staranne działanie

Niedawno przypominałem sobie o tamtej wizycie. Do kancelarii dzwonił miły człowiek z pytaniem, czy jestem gotowy poprowadzić jego sprawę. Wyjaśnił, że otrzymał wezwanie do zapłaty rachunku telefonicznego w wysokości 300 złotych (to było zasadne wezwanie) i chciałby zaproponować współpracę: jeżeli załatwię urwanie jakiejś części tej kwoty, to za sukces dostanę połowę tego, o co mi się zmniejszyć należność. A więc około 20 złotych albo nic. Świat się zmienił. Rynek usług prawnych też. Zmieniłem się i ja - z ówczesnego malutkiego pokoiku, w długim ponurym korytarzu pełnym drzwi do podobnych pokoiów, w którym godzinami oczekiwałem chociażby na cień klienta (czułem się jak mój ukochany bohater literacki Filip Marlowe), przeniosłem się do lokalu, w którym dominuje szkło, skóra i stare meble *art deco*. Te zmiany są naturalne. Ja to już nie młody, dobrze zapowiadający się, ale taki bardziej średniego pokolenia. Zmiany oczekiwań klientów w stosunku do adwokatów są jednak innego rodzaju. Ludzie oczekują gwarancji rozwiązania problemu. Oczekują rezultatu, podczas gdy my ciągle jeszcze upieramy się przy starannym działaniu. Ludzie oczekują zabiegania o nich - już nie troski i dobre go towarzystwa (jak w starej adwokackiej anegdocie: "Dużo panu nie pomogę w tej sprawie, ale zapewnię dobre towarzystwo"). Oczekują promocji, wyprzedaży, rabatów i są zaskoczeni, kiedy ich nie mogą otrzymać. Zupełnie jak w sklepie.

Współczesny konsument nauczył się wykorzystywać dostawcę usług. Konsument widocznie uważa, że jest tak oszukiwany przez wszystkich, że nic innego nie sprawi mu przyjemności,

jak tylko świadomość, że człowiek po drugiej stronie sprzeda mu swój produkt. Świat jest supermarketem.

"Spożywczak" czy delikatesy

Oficjalną tendencją w Unii Europejskiej jest zgoda na obniżanie cen nawet kosztem obniżenia jakości. To dla adwokatów bardzo trudne wyzwanie. Część kolegów już to dostrzegła i wzorem wielkich sieciowych firm prawniczych reaguje standaryzacją usług. Ale na to mogą sobie pozwolić tylko adwokaci zajmujący się obrotem gospodarczym - i to nie wszyscy. Co zatem robić? Większość zapewne ulegnie tendencji rynku i obniży jakość, a niektórzy, ci, którzy to wytrzymają, utrzymają jakość i ceny, przez co zyskają efekt delikatesowego towaru - świetnie opakowanego i świetnie smakującego. Będzie jednak musiał być to także produkt doskonały merytorycznie. Czy tak będzie? Czy moja diagnoza o popsutym rynku jest prawidłowa?

Rzymskie korzenie?

Studenci prawa twierdzą, że do studenckich klinik prawa przychodzi po bezpłatne porady dużo ludzi i to świadczy o konieczności zwiększenia liczby prawników. Zakładają więc, że ci, których dzisiaj nie stać na porady, będą chcieli płacić za nie w przyszłości, bo ceny usług spadną. Odważne założenie, zwłaszcza, że ceny mogą spaść do poziomu zaproponowanego przez mojego telefonicznego rozmówcę - 20 złotych. Zakładają, że będą z tego żyli?

Może w ogóle należy wrócić do rzymskich korzeni - może ten zawód winni wykonywać jedynie ludzie zamożni z domu, dla których pomaganie innym będzie wyłącznie potrzebą spełniania dobrych uczynków? To byłoby piękne potwierdzenie także innej rzymskiej reguły: że czas ma kształt koła i wszystko zdarzy się jeszcze raz. Byłoby to prawdziwe pocieszenie. W przyszłości bowiem wróciłyby dobre czasy dla adwokatów.

* Artykuł opublikowany w "Edukacji Prawniczej" nr 1/2004.