

ЛИШЕНЮК В. К.,
аспірантка кафедри економічного права
та економічного судочинства
(Інститут права Київського
національного університету
імені Тараса Шевченка)

УДК 346

DOI <https://doi.org/10.32842/2078-3736/2022.4.21>

ПОНЯТТЯ, ОЗНАКИ ТА ВИДИ СУБ'ЄКТІВ КОНСАЛТИНГОВИХ ПРАВОВІДНОСИН

Суб'єкти господарювання все частіше мають необхідність в отриманні консультації від незалежної особи (консультанта) щодо різних проблемних питань, що виникають під час здійснення господарської діяльності. Відповідна потреба стала причиною активного розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. Однак, проблематика суб'єктів консалтингових правовідносин залишається малодослідженою у науковій доктрині (як юридичній, так й економічній). Ця стаття присвячена аналізу поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин» та встановленню переліку загальних та спеціальних ознак, що притаманні відповідним суб'єктам. У результаті дослідження було сформульовано авторське визначення поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин» як суб'єкта господарювання, який здійснює господарську діяльність, має певний комплекс господарських прав та обов'язків у сфері консалтингу, що впливають із консалтингового договору. Автором розкрито перелік ознак, що характеризують замовника та надавача консалтингових послуг. Визначено перелік характеристик, якими повинен володіти консультант для надання якісної консалтингової послуги. Особливу увагу у статті приділено класифікації суб'єктів консалтингових правовідносин, зокрема з урахуванням існуючих доктринальних підходів, що наявні у юридичній та економічній теорії було запропоновано нові критерії для класифікації. Встановлено, що надавачі консалтингових послуг можуть здійснювати відповідну господарську діяльність у різних формах, зокрема таких як господарські організації, фізичні-особи підприємці та особи, які провадять незалежну професійну діяльність (наприклад, адвокати). У статті наголошується, що вітчизняне законодавство може містити особливі вимоги щодо здійснення окремих видів консалтингової діяльності у певній організаційно-правовій формі, а також щодо обов'язкового ліцензування або сертифікації.

Автор окремо підкреслює необхідність чіткого розмежування зовнішніх та внутрішніх консультантів, оскільки внутрішні консультанти функціонують у статусі найманих працівників, не є суб'єктами господарювання та відповідно не можуть вважатися суб'єктами консалтингової діяльності. Подальше дослідження суб'єктів консалтингових правовідносин сприятиме формуванню чіткого розуміння сутності консалтингової діяльності, встановленню проблем у сфері консалтингу, що потребують законодавчого врегулювання, та як наслідок – розробки відповідних законопроектів та вдосконаленню нормативно-правової бази.

Ключові слова: консалтингова діяльність, суб'єкт консалтингових правовідносин, суб'єкт господарювання, клієнт, консалтингова послуга.



Lysheniuk V. K. Concepts, signs and types of subjects of consulting legal relations

There is an increasing need of the subjects of the economic activities to receive advice from an independent person (consultant) in respect of the various problematic issues arising during economic activities. The relevant need became the reason for the active development of the consulting services market in Ukraine. However, subjects of consulting activities are understudied in scientific doctrine (both legal and economic). This article is devoted to the analysis of the concept of «subject of consulting activities» and determination of the list of general and special features of the relevant subjects. As a result of the research, the author defines the concept of «the subject of consulting activities» as a subject that carries out economic activity, has a certain set of business rights and obligations in the field of consulting, arising from the consulting contract. The author also analyzes a list of features characterizing the client and the provider of the consulting services. The article includes analysis of the mandatory characteristics of the consultant to provide consulting service of the relevant quality. Special attention is paid to the classification of subjects of consulting activities, in particular, considering the existing scholars' works available in legal and economic theory, the author proposes new criteria for classification of the relevant subjects. The article states that providers of consulting services can carry out relevant economic activities in various legal forms, in particular, such as legal entities, entrepreneurs and persons who conduct independent professional activities (for example, lawyers). The article further emphasizes that local legislation may include special requirements regarding legal forms in which the consultant should carry on activities on provision of certain types of consulting services, as well as special provisions regarding licensing and certification of the consulting activities.

The author also provides that there is a need of a clear distinction between external and internal consultants, as internal consultants provide their service in the status of employees, they are not subjects of the economic activity and, therefore, cannot be considered as subjects of the consulting activities. Further analysis of the subjects of consulting activity will be used for understanding of the essence of consulting activity, determination what problems require legal governance, and as a result – development of relevant draft laws and improvement of the regulatory and legal framework.

Key words: *consulting activity, subject of the consulting relations, business entity, client, consulting service.*

Постановка проблеми. Консалтингова діяльність є особливим видом господарської діяльності, що здійснюється спеціальними суб'єктами господарювання на професійній основі та полягає у наданні консультативної послуги замовнику за плату, на підставі консалтингового договору. Роль консалтингової діяльності поступово зростає у сфері господарювання в Україні: все більше суб'єктів господарювання відчують потребу у залученні професійного консультанта для вирішення певних проблем, що виникають у ході здійснення господарської діяльності або управління бізнесом. Однак, у науковій літературі поняття «суб'єкта консалтингових правовідносин», ознаки та види відповідних суб'єктів залишаються фрагментарно дослідженими. У зв'язку із цим виникає необхідність чіткого визначення поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин», встановлення переліку притаманних йому ознак та критеріїв класифікації відповідних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З юридичної точки зору, проблематика суб'єктів консалтингових правовідносин досліджувалася у працях вітчизняних науковців, зокрема, таких як О. Грабарчук, І. Паризький, Н. Пацурія та ін. Особливостям суб'єктів здійснення консалтингової діяльності також присвячені праці учених-економістів, зокрема Т. Решетняк, В. Костіна, О. Марченко. Однак, у науковій доктрині не існує єдності щодо визначення поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин», його ознак та видів.



Мета статті полягає у дослідженні поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин», визначенні переліку загальних та спеціальних ознак, що притаманні таким суб'єктам, встановленні критеріїв для класифікації відповідних суб'єктів консалтингових правовідносин.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі (як юридичній, так і економічній) відсутній єдиний підхід до визначення поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин». Аналізуючи окремі види консалтингової діяльності, вчені формують різні визначення осіб, що надають або отримують консалтингову послугу у межах відповідних досліджень.

Зокрема, за визначенням О. О. Охріменко, **суб'єкти міжнародного консалтингу** – це учасники процесу консультування, яким притаманні внутрішні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у сфері міжнародного консалтингу. Такими суб'єктами можуть бути окремі особи, підприємства, транснаціональні структурні утворення, міжнародні організації й асоціації. При цьому суб'єкта, що здійснює консультування називають **консультантом**, а підприємство, що потребує послуг із консультування – **клієнтською організацією** [1, с. 10].

На переконання О. В. Бутиліної, **суб'єкт управлінського консультування** – це організаційно оформлена в єдиний колектив група працівників консультаційної та клієнтської організації, залучена в процес консультування, вироблення консультаційних рекомендацій та їхньої реалізації [2, с. 12].

На думку І. В. Паризького, **юридичне консультування** здійснюється юрист-консультантами (корпоративними юристами), адвокатами як самозайнятими особами, адвокатськими бюро та адвокатськими об'єднаннями, суб'єктами юридичного консалтингу, тобто юристами, які є фізичними особами-підприємцями, та юридичними фірмами, які мають різні організаційні форми [3, с. 69].

Враховуючи доктринальні положення, ми можемо зробити висновок, що ключовими суб'єктами консалтингових правовідносин є суб'єкт консалтингової діяльності, тобто юридична або фізична особа, яка безпосередньо надає відповідну консалтингову послугу та клієнт (замовник консалтингової послуги).

Грбарчук О. В. сформулювала комплексне наукове визначення «суб'єктів консалтингової діяльності» на основі законодавчого визначення поняття «суб'єкт господарювання». Так, на її думку, суб'єктами консалтингової діяльності є учасники господарських відносин з надання консалтингових послуг, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством [4, с. 646]. У цілому ми погоджуємося із відповідним визначенням «суб'єктів консалтингової діяльності» та підкреслюємо, що відповідним суб'єктам притаманні такі загальні ознаки:

- є суб'єктами господарських правовідносин;
- створені у встановленому законом порядку;
- безпосередньо здійснюють господарську діяльність з надання консалтингових послуг;
- наділені господарською правосуб'єктністю (певним комплексом прав та обов'язків);
- мають відокремлене майно, яке використовується для здійснення господарської діяльності;
- несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями відповідно до законодавства.

Варто зазначити, що першочерговими чинниками виникнення консалтингових правовідносин у конкретній ситуації є необхідність та бажання клієнта отримати відповідну консалтингову консультацію. У науковій літературі поняття «клієнт» визначається як юридична або фізична особа, що користується послугами інших підприємств, установ, організацій – постійний покупець або замовник [5, с. 125].

Ми не погоджуємося із вищенаведеним формулюванням О. Охріменко щодо клієнтів консалтингових послуг, оскільки воно надмірно перелік осіб, які можуть бути замовниками послуг – виключно до юридичних осіб. На нашу думку, відповідний підхід потребує конкретизації, оскільки замовником консалтингової послуги (у тому числі у сфері міжнародного консалтингу) можуть виступати не виключно юридичні особи (як клієнтські організації), але також й фізичні особи, які є суб'єктами господарювання.



До спеціальних ознак клієнта як суб'єкта консалтингових правовідносин можемо віднести такі:

- є суб'єктом господарської діяльності та стороною консалтингового договору;
- потребує отримання відповідної консалтингової послуги для вирішення проблеми, що виникла під час здійснення господарської діяльності / управління бізнесом. Варто зазначити, що відповідна проблема може бути різного характеру – від необхідності отримання консультації щодо правильного ведення бухгалтерського обліку до загального реформування підходу до управління організацією тощо.

На думку В. А. Верби та Т. І. Решетняка, потенційними споживачами консалтингових послуг можуть виступати будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи тощо [4, с. 648]. Однак, найчастіше клієнтами консалтингових компаній є великі суб'єкти господарювання. Так, відповідно до даних досліджень ЄБРР, 72% середніх та малих підприємств в Україні взагалі не користуються консультаційними послугами, оскільки 50% із них вважають, що не потребують сторонньої допомоги, а інші не мають для цього фінансової можливості [5, с. 98].

Як правило, на практиці консалтингові компанії визначають цільову групу своїх клієнтів, які будуть виступати основними замовниками відповідних консалтингових послуг. Зокрема, клієнти можуть бути класифіковані за різними критеріями, а саме:

- **розмір:** суб'єкти мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва;
- **сфера діяльності (одна або декілька):** транспорт, банківська справа, енергетика тощо;
- **форма власності:** приватні, державні, змішаної власності;
- **географічне положення:** у різних областях країни; які здійснюють діяльність в інших країнах; транснаціональні [1, с. 151].

Варто зазначити, що на практиці до реалізації відповідного консалтингового проєкту можуть бути залучені й інші компанії, які по своїй суті не є клієнтами (замовниками послуги) та консультантами. Наприклад, проведення процедури юридичної перевірки може відбуватися не стосовно замовника послуги, а щодо третьої особи – окремого суб'єкта господарювання. Зокрема, клієнт може замовляти подібну послугу під час купівлі-продажу частки у статутному капіталу такої третьої особи. Відповідна перевірка може здійснюватися з метою виявлення існуючих юридичних проблем (наприклад, порушення процедури створення компанії, неправильного оформлення трудових відносин із працівниками компанії тощо) та надання рекомендацій щодо їхнього усунення. Для реалізації подібного проєкту, як правило, клієнт підписує договір із консалтинговою компанією, а незалежні консультанти рідко залучаються до виконання подібних проєктів у зв'язку із обмеженістю ресурсів.

Відповідно у таких правовідносинах наявні три суб'єкта – замовник послуги, консалтингова компанія та компанія, яка є об'єктом безпосередньої перевірки. Звертаємо увагу, що хоча компанія – об'єкт перевірки може певним чином взаємодіяти із консалтинговою компанією (надавати інформацію та документи для перевірки, брати участь в інтерв'ю тощо), але відповідна компанія не наділена господарською правосуб'єктністю замовника консалтингової послуги.

Важливим учасником консалтингових правовідносин є консалтингові компанії та індивідуальні консультанти. Перші консалтингові компанії з'явилися в Україні на початку 1990-х років. Нині в Україні функціонує близько 5 тис консалтингових компаній, які суттєво диференційовані за обсягами ринкової частки, кількістю працюючих, сукупністю додаткових сервісів. Орієнтовно 87% консалтингових послуг, що надаються в Україні, сконцентровано в м. Києві оскільки фактично майже всі представництва іноземних консалтингових компаній та центр-офіси основних національних підприємств зосереджені в столичному регіоні [6, с. 98]. В інших областях знаходяться зазвичай невеликі спеціалізовані консалтингові фірми й бізнес-центри, які надають послуги малому бізнесу [7, с. 50].



Варто підкреслити, що суб'єкти консалтингової діяльності можуть надають консалтингові послуги у різних формах: консалтингова компанія (як окрема юридична особа), індивідуальне підприємництво (якщо консультант зареєстрований як фізична особа – підприємець), самозайнята особа (наприклад, надання консультаційних послуг адвокатом).

Консультант – це фахівець з особливим статусом, що володіє спеціальними знаннями і практичними навичками, методичним інструментарієм у конкретній галузі та здатністю творчо застосовувати їх для вирішення проблем клієнта, дотримуючись при цьому певних етичних норм і стандартів професії [8, с. 14].

Консалтингова фірма – юридична особа, що займається професійним консалтингом, а саме надає консультаційні послуги клієнтам (виробникам, продавцям та споживачам) за допомогою спеціально навчених осіб відповідної кваліфікації, здатних визначити, проаналізувати та розробити модель вирішення будь-якої управлінської проблеми [4, с. 646].

На думку Гонтарєвої І. В., головна відмінність консультанта від чиновника або працівника підприємства полягає в тому, що консультант зобов'язаний стежити за всім новим, що відбувається у сфері його компетенції в Україні та закордоном. Крім цього, консультант повинен розвивати свій професійний потенціал (виступати активним учасником семінарів, круглих столів, брати участь у дискусіях, писати статті тощо) [7, с. 58].

Під час надання консалтингової послуги консультант застосовує специфічні, практично зорієнтовані знання з урахуванням існуючої нормативно-правової бази та практики діяльності у певній сфері. Для надання якісної консалтингової послуги консультант повинен володіти певним набором характеристик, а саме професіоналізм у своїй справі, наявність теоретичних знань та практичного досвіду вирішення певної проблеми, знання суміжних сфер діяльності, креативність, дотримання принципів здійснення консалтингової діяльності (незалежність, об'єктивність, дотримання етичних принципів тощо). Науковці підкреслюють, що консультант повинен чітко та лаконічно доносити інформацію до замовника, надавати рекомендації та описувати послідовність дій, які мають виконувати компанії-замовники, сприяти вирішенню проблеми [9, с. 225].

Таким чином, ми можемо встановити, що суб'єкту надання консалтингових послуг притаманні такі спеціальні ознаки:

- є суб'єктом підприємництва, а саме здійснює ініціативну, самостійну господарську діяльність на власний ризик з метою отримання прибутку;
- має специфічні знання, навички та досвід для надання певного виду консалтингових послуг (аудиторських, юридичних, послуг з менеджмент-консалтингу тощо);
- відповідає вимогам законодавства щодо ліцензування та сертифікації (якщо наявність відповідних ліцензій та/або сертифікатів є обов'язковим для надання відповідного виду консалтингових послуг);
- має специфічні знання та навички для вирішення проблемного питання, що постало перед замовником консалтингової послуги;
- надає консалтингові послуги на основі певних принципів;
- притаманні певні морально-психологічні якості, зокрема готовність та вміння відстоювати власну позицію, здатність критичної оцінки відповідної проблеми та вироблення практичних рекомендацій щодо її усунення, постійне самовдосконалення та розвиток у професійній сфері.

М. І. Лазурко та А. С. Завербний виділяють групи надавачів консалтингових послуг в Україні, а саме:

- представництва міжнародних консалтингових корпорацій;
- багатофункціональні компанії, що спеціалізуються на обслуговуванні великих компаній та пропонують широкий спектр послуг;
- вузькоспеціалізовані компанії, що надають консалтингові послуги дрібним і середнім фірмам певної галузі;
- незалежні консультанти, які виступають як експерти або співпрацюють на постійній основі з великими компаніями;



– університети, навчальні заклади, що проводять підготовку спеціалістів, які надалі надаватимуть послуги в різних сферах бізнесу [10, с. 205-206].

На нашу думку, відповідна класифікація потребує уточнення. Перш за все, необхідно чітко розрізняти представництва міжнародних консалтингових компаній, що були відкриті в Україні від юридичних осіб (компаній), які були створені в Україні іноземними засновниками. Відповідні іноземні представництва не мають статусу юридичної особи в Україні, створюються та здійснюють діяльність відповідно до окремого порядку. Однак, варто зауважити, що ведення бізнесу в Україні у формі іноземного представництва не є поширеною практикою серед іноземних консалтингових компаній. Натомість відповідні компанії виступають засновниками юридичних осіб, що створюються в Україні, для спрощення порядку надання консалтингових послуг, оптимізації витрат на ведення бізнесу, обмеження відповідальності іноземних засновників. Таким чином, компанії, що були створені іноземними консалтинговими корпораціями, зазвичай функціонують не в юридичному статусі іноземних представництв, а навпаки – як окремий та самостійний суб'єкт господарювання.

Крім цього, повертаючись до аналізу вищенаведеної класифікації, дискусійною видається виділення закладів вищої освіти як окремих суб'єктів консалтингової діяльності. Відповідно до визначення, наведеному у ч. 1 ст. 1 Закону України «Про вищу освіту» заклад вищої освіти проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей [11]. Діяльність відповідних закладів першочергово не спрямована на надання консалтингових послуг.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку консалтингового ринку в Україні доцільно виділяти такі групи надавачів консалтингових послуг:

- іноземні консультативні компанії;
- філії та представництва великих іноземних багатофункціональних компаній;
- вітчизняні консультативні фірми, які можуть бути створені як іноземними, так й українськими суб'єктами господарських правовідносин;
- індивідуальні консультанти, які не входять до штату консалтингової компанії.

У економічній доктрині прийнято характеризувати поточний стан вітчизняного консалтингового ринку як різновид асиметричної олігополії, специфіка якої полягає у наявності багатьох фірм на ринку та контролю за двома третинами її з боку невеликої групи лідерів.

Зокрема, Т. І. Решетняк виділяє три групи консалтингових компаній:

- компанії групи А (великі міжнародні консалтингові та аудиторські компанії);
- компанії групи В (провідні консалтингові фірми українського походження);
- компанії групи С (спеціалізовані українські консалтингові фірми).

Решетняк Т. І. встановлює ключові характеристики, що притаманні кожній групі консалтингових компаній, а саме:

1) компанії групи А:

- основні клієнти – великі промислові міжнародні корпорації; також часто реалізують проекти, що фінансуються іноземними фінансовими організаціями;
- ключові послуги – аудит, інвестиційний та управлінський консалтинг тощо;
- зазвичай мають відому ділову репутацію, значний доступ до фінансових та інформаційних ресурсів.

2) компанії групи В:

- розпочинали свою діяльність з надання комплексних послуг з приватизації щодо питань управління, законодавства, оподаткування тощо;
- основними клієнтами є великі та середні українські підприємства;
- обмежений асортимент консалтингових продуктів.

3) компанії групи С:

- з'явилися на ринку протягом останніх декількох років;
- зазвичай надають маркетингові, юридично-консультативні та аудиторські послуги;
- орієнтовані на обслуговування певного споживчого сегмента за певними напрямками.



ми або галузями – приватизація земельних ділянок, консультування агропромислових підприємств та інше [13, с. 101-103].

У межах дослідження також необхідно встановити чітку відмінність між зовнішніми та внутрішніми консультантами. Так, залежно від характеру зв'язку із клієнтом у науковій літературі виділяють:

- зовнішніх консультантів, які є незалежними та сторонніми юридичними або фізичними особами, що займаються консультаційною діяльністю;
- внутрішніх консультантів, які є штатними співробітниками клієнта.

Зовнішні консультанти – це суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють консультаційне обслуговування бізнесу на комерційних засадах з метою досягнення замовником певних результатів та отримання прибутку [15, с. 9]. І. В. Спільник підкреслює, що зовнішніми консультантами можуть бути як консалтингові організації, так і одноосібні дослідчені практики-фахівці. Причому серед очевидних переваг зовнішніх консультантів є їхня незалежність:

- емоційна – збереження неупередженості незалежно від стосунків із клієнтом, які мали місце до проекту, або набуті у консультаційному процесі;
- фінансова – консультант прямо незацікавлений у діях клієнта та їхніх фінансових наслідках;
- адміністративна – консультант не підпорядковується клієнту, на нього не поширюються адміністративні рішення останнього [8, с. 24].

Наприклад, зовнішніми консультантами з правових проблем є адвокати та нотаріуси. Причому адвокат виступає особливим суб'єктом консалтингових послуг, оскільки законодавством передбачені чіткі вимоги до його освіти, стажу, кваліфікації, а також порядку надання відповідних послуг адвокатського консультування. Крім цього, Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» визначає організаційні форми адвокатської діяльності, а саме адвокат може здійснювати адвокатську діяльність індивідуально або в організаційно-правових формах адвокатського бюро чи адвокатського об'єднання [12].

На думку О. С. Марченко, внутрішні консультанти – це наймані працівники підприємства або його консультаційні підрозділи, які виконують функції професійного консультування з питань господарської діяльності [15, с.9]. Так, наприклад, в межах юридичного внутрішнього консультування можна виділити такі професії, як: **юрисконсульт**, до професійних завдань якого входить забезпечення дотримання законодавства у рамках тієї чи іншої форми правових взаємовідносин суб'єктів господарської діяльності (КП: 2429 Інші професіонали в галузі правознавства: 25500 1 Юрисконсульт), та **спеціаліст-юрисконсульт**, який є держслужбовцем (КП: 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності: 2419.3 76 Спеціаліст-юрисконсульт) [16, с.8].

Як правило, підрозділи внутрішніх консультантів створюються у транснаціональних та великих корпораціях. Підприємства середнього та малого розміру зазвичай звертаються до консалтингових фірм, які мають у своєму штатному розписі висококваліфікованих працівників [9, с. 223]. Внутрішній консультант є найманим працівником, що знижує витрати одержання професійних порад, але водночас статус внутрішнього консультанта обмежує самостійність фахівця, який знаходиться під адміністративним впливом керівництва. Таким чином, на нашу думку, внутрішні консультанти не є окремими суб'єктами господарювання та відповідно не можуть вважатися суб'єктами консалтингової діяльності.

У науковій літературі щодо управлінського консалтингу також можна зустріти поділ консультантів на «універсалів» і «спеціалістів». При цьому «універсали» компетентні у кількох сферах управління, а «спеціалісти» виступають експертами виключно у конкретній сфері управління. При цьому «універсали» готують і координують глобальні завдання, займаються діагностикою організації, плануванням і координацією виконання завдань, переговорами з клієнтами та поданням ключових висновків та рекомендацій клієнтам тощо. Більшу частину консалтингових послуг малим підприємствам надають саме «універсали»,



вони можуть дати пораду клієнту з ведення бізнесу в цілому. Натомість «спеціалісти» розв'язують конкретні управлінські завдання, надають послугу у вузьких сферах знань: з діловодства і документообігу, мотивації, кадрових послуг тощо [14, с. 23]. Тобто, певна спеціалізація та розподіл консультантів можливий навіть всередині однієї консалтингової компанії або одного виду консалтингової діяльності.

На основі проведеного дослідження та з урахуванням існуючих доктринальних положень, ми пропонуємо класифікувати суб'єктів надання консалтингових послуг за такими критеріями:

- **залежно від організаційно-правової форми:** господарські організації, фізичні-особи підприємці, особи, які провадять незалежну професійну діяльність;
- **залежно від місця створення:** вітчизняні та іноземні суб'єкти господарювання;
- **залежно від кількості працівників та доходів за рік:** суб'єкти мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва;
- **залежно від видів консалтингових послуг, які надаються:** багатoproфільні та спеціалізовані суб'єкти консалтингової діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, вищенаведена полеміка свідчить про відсутність єдиного підходу щодо розуміння сутності поняття «суб'єкт консалтингових правовідносин». У науковій літературі розкриваються окремі складові цього поняття (суб'єкт консалтингової діяльності, клієнт). Пропонуємо визначати суб'єкт консалтингових правовідносин – як суб'єкта господарювання, який здійснює господарську діяльність, має певний комплекс господарських прав та обов'язків у сфері консалтингу, що впливають із консалтингового договору. Ключовими суб'єктами консалтингових правовідносин є клієнт та суб'єкт консалтингової діяльності (індивідуальний консультант, консалтингова компанія). У ході дослідження встановлено загальні та спеціальні ознаки суб'єктів консалтингових правовідносин, а також види відповідних суб'єктів. Аналіз особливостей третіх осіб, які не є сторонами консалтингового договору, але можуть бути залучені до консалтингового проекту (інші суб'єкти господарювання, державні органи і т.д.) може бути предметом подальших наукових пошуків.

Список використаних джерел:

1. Охріменко О. О., Кухарук А. Д. Міжнародний консалтинг : навчальний посібник. Київ : НТУУ «КПІ». 2016. 184 с.
2. Бутиліна О. В. Управлінське консультування: навч.-метод. посіб. Харків : Видавництво «Форт», 2014. 165 с.
3. Паризький І. В. Специфіка комерціалізації послуг юридичного консалтингу в Україні. *Правова позиція*. № 4 (29). 2020. С. 68–72.
4. Актуальні проблеми господарського права (Особлива частина) : навч. посіб. / за ред. : В. С. Щербини, В. В. Резнікової. Київ : Видавництво Ліра-К, 2016. 800 с.
5. Шинкаренко В. Г., Ананко І. М. Етимологія понять «споживач», «покупець» і «клієнт» та їх використання на автотранспортних підприємствах. *Економіка транспортного комплексу* [Текст] : зб. наук. пр. / Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т ; Харків. 2012. № 20. С. 120–129.
6. Рейкін В.С., Макара О.В. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct39-16> (дата звернення: 06.07.2022).
7. Гонтарева І. В. Консалтингові послуги в сфері підприємництва: конспект лекцій. Харків : Вид. ХНЕУ. 2016. 136 с.
8. Спільник І. В. Консалтингова діяльність: навч.-метод. комплекс дисципліни (для слухачів магістерських програм). Тернопіль : ТНЕУ. 2012. 156 с.
9. Водянка Л.Д., Козак В.С., Шелюжак І. Г. Порівняльний аналіз ринку управлінського консалтингу в європейських країнах та Україні. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 48. С. 222–227.



10. Лазурко М. І., Завербний А. С. Розвиток консалтингової діяльності в Європі: проблеми, перспективи та досвід для України. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2021. № 3 (2). С. 204–212.
11. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. № 37-38. Ст. 2004.
12. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України від 05.07.2012 р. № 5076-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 27. Ст. 282.
13. Решетняк Т. І. Консалтингова діяльність в Україні: структурний аналіз конкуренції та перспективи розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2000. № 2. С. 98–108.
14. Костін В. П. Управлінське консультування: навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал». 2009. 144 с.
15. Марченко О. С. Економіка та організація консалтингової діяльності: конспект лекцій для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-консалтинг» фінансово-правового факультету. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. 2019. 90 с.
16. Марченко О. С. Юридичний консалтинг: конспект лекцій для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-консалтинг» фінансово-правового факультету. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 101 с.

