

Сіліна М. Д.

Студентка 5-го курсу факультету соціології та права НТУУ «КПІ»

Науковий керівник:

Мороховська Н.С., к.ф.н, доцент, НТУУ «КПІ».

ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВЕДЕННЯ ЮРИДИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Етичні особливості професії юриста завжди викликали інтерес суспільства, і він залишається сталим, незалежно від того, яке місце займає юрист в професійної або соціальної ієрархії. Юридична діяльність заслуговує на глибоку повагу і шану, визнається елітарною, пріоритетною в будь-якому соціальному середовищі.

Зараз, коли наше суспільство проходить нелегкий етап процесу демократизації і побудови правової державності, особливо гостро відчувається дефіцит інтелектуальної правової культури в будь-яких сферах юридичної діяльності, починаючи від її елітарних форм - парламентських дебатів, судових спорів і закінчуючи елементарними, скажімо, проведенням первинної юридичної консультації. Юрист, який працює в середовищі міжособистісного спілкування, крім професійних знань, просто зобов'язаний мати культуру спілкування, ґрунтуючись при цьому на моральних засадах.

Внаслідок цього важливою та актуальною областю діяльності правознавців є юридична етика, а тому існує необхідність дослідження проблемних аспектів професійної юридичної етики, які нині існують в сучасному українському суспільстві.

В першу чергу хотілося б окреслити коло проблем, що виникають при вирішенні **фінансових питань** у юридичній практиці.

Бізнес у сфері юриспруденції, як і в інших сферах, здійснюється задля отримання прибутку. З цього приводу у розвинених країнах встановлені спеціальні правила щодо ціноутворення у цій сфері, а в Україні це питання ще жодним чином не врегульоване.

Зокрема, у США у відповідних нормативних актах детально зазначається, як юрист зобов'язаний управляти фінансовими відносинами із замовниками.

У тих випадках, коли клієнт перерахував юридичній фірмі грошові кошти з метою отримання відповідних послуг, ці суми не можна використати іншим чином. Крім того, змішувати особисті фінанси із фінансами замовника адвокатам забороняється.

В нашій державі ситуація виглядає інакше - обмеження, зокрема, етичні, у фінансових розрахунках із клієнтами майже відсутні. Трапляються випадки, коли перераховані замовником грошові суми використовуються у іншій сфері, а не на надання юридичних послуг, у зв'язку із чим досить часто мають місце конфлікти.

Крім того, виникають випадки, коли правознавці надають послуги «в кредит», в разі якщо у замовника відсутня можливість послуги юриста, а згодом стає зрозумілим те, що гроші у нього взагалі закінчилися, і він не збирається платити юристу. Тут постає наступне питання: чи подавати позов до суду про стягнення не отриманого гонорару з клієнта? Деякі юристи саме таким чином захищають свої права. Але в такому разі є ризик, що між людьми про юриста піде погана слава, і інші клієнти не матимуть бажання звертатися до його послуг. В такій ситуації кожен юрист чинить так, як йому підказують його власні совість і переконання.

Іншою проблемою, яка нині надзвичайно гостро постала серед юристів, це **проблема етики конкуренції**.

Зокрема це стосується ситуацій, коли юрист змінює місце роботи. Останнім часом прослідковується тенденція зростання кількості випадків, коли юристи переходять з фірми у фірму. Кожного разу, коли правознавець змінює місце роботи, виникає низка специфічних етичних проблем. Зокрема, виникає це стосується передачі власності (комп'ютерів та їх складових), клієнтських файлів, баз даних, спілкування із клієнтами і т. ін.

Таким чином, основними етичними проблемами у сфері конкурентних відносин між юридичними підприємствами є : етичні проблеми при зміні юристом фірмової приналежності; проблема володіння базами даних; етична проблема приєднання до співпраці із фірмою самостійно працюючого юриста; питання зловживання власним становищем.

Слід відзначити, що на вітчизняному юридичному ринку конкуренція носить характер жорсткої. В Україні досить поширеною є тенденція «переманювання» кадрів, і в зв'язку із цим набуває актуальності питання етики переходу юриста із фірми у фірму. Адже останнім часом були випадки, коли партнери відомих юридичних фірм переходили до конкуруючої фірми, забравши із собою свою команду. В такому разі одне підприємство втрачає і практику, і базу клієнтів, а інша фірма її придбаває. Зрозуміло, що юридична діяльність - це за своєю суттю та сама підприємницька діяльність, і конкуренція є одним із основних ринкових принципів здійснення такої діяльності, проте варто наголосити на тому, що, все ж таки, навіть у конкуренції юристи мають також дотримуватись і не забувати про етичний аспект цієї діяльності.

Важливим питанням є і **рекламування** спеціалістів у сфері юриспруденції. Так, в нормативному акті, що носить назву "Основні принципи професійної етики юристів України" вказано, що рекламування має бути стриманим, відповідати законам України і правилами поведінки професійних об'єднань. У той же час, у "Правилах адвокатської етики", затверджених Установчим З'їздом адвокатів України 17.11.2012р., вказується, що: Адвокат має право рекламувати свою професійну діяльність із дотриманням чинного законодавства. Рекламні матеріали про адвокатську діяльність не можуть містити: оціночних характеристик щодо адвоката; критики інших адвокатів; заяв про ймовірність успішного виконання доручень та інших заяв, що можуть викликати безпідставні надії у клієнтів.

Крім того, "Правила адвокатської етики" передбачають, що рекламні матеріали про діяльність адвоката повинні бути об'єктивними, достовірними, чіткими і зрозумілими, не повинні містити натяків, двозначностей або іншим чином створювати основу для введення потенційних клієнтів в оману, і при цьому повинні відповідати розумним естетичним вимогам. Рекламні матеріали не можуть демонструватися (розміщуватися) способами, які дискредитують інститут адвокатури, створюють умови для його зневаги, принижують професію і статус адвоката України.

Не секрет, що вся мережа Інтернету рясніє оголошеннями юристів, які готові «повирішувати всі питання в судах», гарантують стовідсотковий результат, оперують поняттями "найкращий", "найдієвіший", наголошують на тому, що мають найнижчі ціни на послуги і т. ін. Таким чином, на сьогоднішній день юристи можуть рекламувати свої послуги як завгодно, без будь-яких формальних обмежень, і наразі в Україні відсутній чіткий і дієвий механізм притягнення юристів до відповідальності за розміщення реклами, яка не відповідає етичним вимогам.

Підсумовуючи, маємо констатувати, що вищевказані та деякі інші питання етики юриста в Україні залишаються відкритими. Етичний парадокс українського бізнесу і юридичного зокрема полягає в тому, що етичність або неетичність тих чи інших вчинків часто не визначає ні закон, ні особистий вибір, а диктується, насамперед, необхідністю вижити в умовах невизначеності, недосконалості й недотримання законів.

Проте, варто наголосити, що навіть в сучасних непростих умовах юрист повинен пам'ятати про свою важливу соціальну роль в демократичному суспільстві, а тому він зобов'язаний дотримуватися особливих деонтологічних вимог і правил, має слідувати високим етичним стандартам поведінки.