

5. Вільчик Т. Б. Відповідальність адвоката перед клієнтом: напрями гармонізації законодавства України до європейських стандартів. *Форум права*. 2016. № 1. С. 30–36. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2016_1_7.

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, доцент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія», доцент **Ковальчук Інна Сергіївна**

Руська О.В., Селих Є.М.

*студенти 2-го курсу магістратури факультету адвокатури
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ВИДИ АДВОКАТСЬКОЇ РЕКЛАМИ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Сьогодні просліджується значне зростання чисельності адвокатів в Україні, що спричиняє активне обговорення, вченими та практикуючими адвокатами, питань пов'язаних з поширенням реклами їх діяльності. Тому вбачається актуальним дослідити нові вітчизняні і зарубіжні можливості рекламування послуг адвоката та визначити певні межі допустимої реклами згідно з правилами адвокатської етики.

В Україні діє закон «Про рекламу» і на його основі можна визначити певні форми та засоби рекламної діяльності для захисників. Так, на нашу думку, рекламу адвокатських послуг можна поділити, в залежності від місця і способу розташування, на зовнішню і внутрішню.

До зовнішньої реклами можна віднести інформаційні рекламні щити і білборди. Зазвичай, таку рекламу адвокати використовують при наявності власного офісу і з дозволу, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, та в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України [1]. Крім того, можливе розміщення інформаційних наліпок або листівок на будинках, стовпах та на інших спорудах, але лише з дозволу власників цих будинків або уповноважених органів.

Зауважимо, що до цього виду можна віднести і розміщення реклами на транспорті. При чому це може бути або власний транспорт адвоката, або громадський. Часто адвокати розміщують на транспортних засобах свій номер телефона і позначення «адвокат».

До внутрішньої відносять рекламу, яка розміщується в межах певних помешкань (вивіски, візитівки, плакати, тощо). При цьому потрібно

враховувати певні обмеження щодо використання такої реклами. Так, заборонено використовувати внутрішню рекламу в приміщеннях органів державної влади, органах місцевого самоврядування та закладах освіти. До цієї категорії можна віднести рекламу в періодичних виданнях, довідниках, інформаційних бюлетенях, тощо. Адвокати, як правило, розміщують рекламу в популярних виданнях з використанням фото, номера телефону і розгорнутої інформації про послуги, які можуть надаватися.

Специфічними видами реклами є виступи адвокатів на різних семінарах, конференціях, а також репутація захисника. Так, чим більше людей буде залучено до наукових заходів, тим більше шансів адвокату здобути прихильність серед колег і майбутніх клієнтів. Позитивну репутацію адвокат може отримати через своїх задоволених клієнтів, які можуть рекламувати адвоката іншим особам. Також потрібно враховувати, що адвокат може мати і «чорну» репутацію, тому потрібно активно слідкувати за відгуками клієнтів і за статусом в суспільстві [2].

Одним із найбільш поширених на сьогодні видів розміщення реклами є мережа Інтернет. Більшість адвокатів мають власні веб-сайти, де можна знайти інформацію про адвоката, види і ціну його послуг, а також інші аспекти діяльності правника. Перевагами такого виду розміщення реклами є доступність, якість і можливість сформувати власну репутацію шляхом позитивних коментарів від клієнтів, розміщення вітчизняних і міжнародних нагород тощо.

Досить цікавими є способи рекламування адвокатської діяльності в зарубіжних країнах. Наприклад, у Молдові та Іспанії законом взагалі забороняється рекламування адвокатської діяльності. В цьому випадку, в якості інформації про себе у довідниках адвокат може вказувати лише ім'я, найменування організації та контактну інформацію. Проте, адвокати в Молдові можуть публічно поширювати інформацію про успішні та виграні справи, але Комісія з етики та дисципліни при Спілці адвокатів має перед опублікуванням, перевірити та погодити цю інформацію. Тільки до недавніх пір, в Іспанії дозволили рекламувати свої послуги адвокатам через поширення листів та статей, проте, існує заборона щодо порівняльної реклами або надання обіцянок щодо результату вирішення справи.

У Вірменії, адвокати мають право рекламувати свої послуги і навіть розмішувати інформацію про виграні справи, але вони повинні отримати згоду клієнта на розповсюдження такої інформації. У Польщі, взагалі забороняється розміщення адвокатами інформації щодо надання адвокатських послуг в мережі Інтернет, в пресі, а також, на рекламних щитах. Досить суворо карається роздача листівок біля будь-яких будівель, державних чи громадських закладів. Ідентична ситуація, щодо заборони рекламування адвокатських послуг прослідковується у Франції та Бельгії.

Німеччина дозволила адвокатам рекламувати свої послуги деякими способами: 1) оголошувати про свою діяльність тільки з приводу важливого факту у діяльності, наприклад, відкриття чи переміщення в інший офіс; 2) дозволено розсилати бюлетені з фактичною інформацією (проте, заборонено розцінювати та обіцяти будь-яких результат); 3) проводити бізнес-презентації на заходах та в електронному форматі; 4) робити вивіски лише з зазначенням спеціалізації; 5) створювати довідники, в яких зазначати ім'я адвоката, його спеціалізацію та контакти.

У Великобританії, рекламування адвокатської діяльності почала регулюватися правилами (Solicitors Advertising Regulations) від 2002 року. Забороняється рекламувати вартість адвокатських послуг, знижки чи отримання першої безоплатної консультації. Також, заборонено використовувати у рекламуванні: 1) комікси чи персонажів із кіно та мультфільмів; 2) рекламувати послуги неподалік житлових кварталів чи медичних закладів; 3) рекламування, щодо послуг із захисту у справах відносно завданої шкоди здоров'ю чи життю [2].

Отже, можна дійти висновку, що в більшості країнах, заборони щодо рекламування адвокатських послуг є практично ідентичними або схожими. Адвокат, який бажає рекламувати свої послуги повинен обрати той спосіб рекламування, який є законним та імponує йому, враховуючи актуальність та свої можливості.

Список використаної літератури:

1. Про рекламу: Закон України від 11 липня 2003 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1121-15>.

2. Гвоздїй В. Маркетинг адвокатських послуг. 2014. URL: Режим доступу до ресурсу: <https://www.slideshare.net/NataliaStankevych/24-2014-39511096>.

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, асистент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія» **Деменчук Марина Олександрівна**

Рябокін К.В.

*студентка 1-го курсу магістратури факультету адвокатури
Національного університету «Одеська юридична академія»*

НАБУТТЯ ПРАВА НА ЗАНЯТТЯ АДВОКАТСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Внаслідок реформаційного напрямку нашої держави майже кожного дня ставляться нові вимоги та критерії до рівня правового регулювання адвокатської діяльності в Україні та наближення його до міжнародних стандартів.

Я вважаю, що ефективність роботи адвоката безпосередньо залежить від його професіоналізму, ділових та морально-етичних якостей. Дуже важливим є дослідження вимог для здобуття статусу адвоката враховуючи як на національному, так і на міжнародному рівні, враховуючи те, що саме дана особа, згідно із статтею 59 Конституції України, забезпечує реалізацію конституційного права особи на професійну правничу допомогу. Таким чином, з огляду на все вищевикладене розкривається актуальність моєї теми.

Законом України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» від 5 липня 2012 р. визначено процедуру набуття права на заняття адвокатською діяльністю. Відповідно до ст. 6 вказаного Закону, адвокатом може бути фізична особа, яка має повну вищу юридичну освіту, володіє державною мовою, має стаж роботи в галузі права не менше двох років, склала кваліфікаційний іспит, пройшла стажування (крім випадків, встановлених цим Законом), склала присягу адвоката України та отримала свідоцтво про право на заняття адвокатською діяльністю. Також в даній статті встановлені обмеження можливості бути адвокатом, а саме: наявність непогашеної чи не знятої судимості за вчинення тяжкого, особливо тяжкого злочину, а також злочину середньої тяжкості, за який призначено покарання у виді позбавлення волі; недієздатність чи обмеження дієздатності; позбавлення права на заняття адвокатською діяльністю (протягом двох років з дня прийняття рішення); звільнення з посади судді, прокурора, слідчого, нотаріуса, з державної служби або служби в органах місцевого самоврядування за порушення присяги, вчинення корупційного правопорушення (протягом трьох років з дня звільнення) [1].

Одним із етапів процедури набуття професійного статусу адвоката є проходження стажування. Відповідно до положень ч. 1 ст. 10 Закону стажування полягає в перевірці готовності особи, яка отримала свідоцтво про складення кваліфікаційного іспиту, самостійно здійснювати адвокатську діяльність. Даний етап проходить під керівництвом адвоката за направленням ради адвокатів регіону протягом шести місяців. Від проходження стажування звільняються особи, які на день звернення із заявою про допуск до складення