



## РЕГІНА ГУСЕЙНОВА-ЧЕКУРДА

Адвокат, партнер  
АО «ЮСТЕМ»

В адвокатурі завжди є місце для творчості. Чи є конкуренція на ринку? Так, безперечно. Зараз для того, щоб почати працювати, загальних знань замало. Важливо розуміти, наскільки конкурентний продукт ти зможеш розробити, як швидко зможеш просунути цей продукт на ринку.

Як приклад можу навести продукт, який я вивела на ринок у 2016 році, — заповнення електронних декларацій суб'єктів, уповноважених на виконання функцій держави та місцевого самоврядування. Щойно 2014 року було прийнято Закон України «Про запобігання корупції», я зрозуміла, що заповнення декларацій буде конкурентним продуктом. Хоча у це слабо вірили колеги і навіть мій партнер, Сергій Григорович Деледивка, ставився дещо скептично. Проте, зараз я можу сказати, що ми лідери цього ринку.

Разом із заповненням декларацій ми створили ще один юридичний продукт — супровід повних перевірок електронних декларацій. Цю послугу можуть пропонувати лише адвокати, які мають великий досвід заповнення декларацій, читають та вивчають усі роз'яснення НАЗК.

Ще один бік адвокатури — це постійний пошук балансу між справедливістю для клієнтів

та громадською думкою. Ми надаємо послуги публічним особам, а вони рідко бувають янголами. Тяжко протистояти непопулярному образу «захисника негідника».

Хоча адвокати постійно пояснюють, що надають правову допомогу і не зобов'язані любити клієнта чи поділяти його політичні погляди, нас часто ототожнюють з клієнтом. І тут важливу роль грає образ адвоката. Як він формується? Робота адвоката вже давно перестала бути роботою в кабінетах і судах, вони заповнили радіо і телебачення, деякі з них навіть є ведучими програм. Адвокати використовують будь-яку можливість публічності, бажають бути впізнаваними, медійними персонами. А персональний бренд — це теж творчість.

