

## КОНКУРЕНТНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА «ОБМЕЖЕНИХ» РИНКАХ



**Ілля КОСТІН,**  
партнер  
ЮК «Правовий  
Альянс»

Між юридичних фірм, що працюють у вузьких індустріальних нішах на кшталт

фармацевтичного бізнесу, поступово виділяються свої особливості конкурентної боротьби, що частково зумовлюються специфікою їх клієнтури. Деякі з видів конкуренції дуже важко назвати етичними, однак саме вони є найбільш відчутними й заслуговують на особливу увагу.

### «ВОВК У ОВЕЧІЙ ШКУРІ»

В останні роки іноземний бізнес, що працює в Україні, дедалі частіше вдається до послуги аутстафінгу персоналу. Цей сервіс набув особливої популярності щодо юристів, особливо тих, що володіють вузькою спеціалізацією в питаннях індустріального регулювання. Наприклад, фармацевтичним компаніям сьогодні не просто знайти «готового» інхауса, а потреба в кваліфікованих штатних юристах є значною, враховуючи динамічне регулювання галузі та необхідність на високому рівні надавати правову підтримку внутрішнім процесам. Це обумовлює затребуваність співробітників, які тимчасово залучаються зі штату їх юридичних радників. Не секрет, що великі компанії мають не одну, а кілька обслуговуючих компаній — так званий шорт-лист юридичних радників, між якими щодо кожного

проекту проводяться внутрішні тендери. Однак якщо клієнтська компанія допускає вплив на результати тендерів співробітників, що працюють на основі аутстафінгу, тут і відкривається поле для конкурентних зловживань. Юридичні фірми, що практикують недобросовісні методи гри, розуміючи цю тенденцію, на жаль, прагнуть зайняти місце ближче до «пункту прийняття рішень». До того ж, приймаючи такі правила гри, інші радники розуміють, що документи, які мали б бути конфіденційною комунікацією з клієнтом, можуть цей статус втратити.

### «ТИ МЕНІ – Я ТОБІ»

Усе частіше юридичні фірми експлуатують ідею просування колишніх співробітників у штатні юрисконсульти компанії з індустрії, розраховуючи на відповідні дивіденди від такого переміщення.

Це, безумовно, гідний варіант для продовження кар'єри зрілих співробітників, яким компанія не готова забезпечити промоцію в своїх стінах. Однак такий крок може бути як абсолютно виправданим управлінським рішенням, так і мати сумнівний відтінок, якщо за певні послуги такий співробітник продовжує додатково мотивуватися колишнім роботодавцем.

### «СПАСІННЯ УТОПАЮЧИХ»

На жаль, усе ще трапляються й випадки прямої дискредитації конкурентів перед клієнтом. На вузьких ринках усе поширюється дуже швидко. Ми розуміємо, що колеги, які вдаються

до таких дій, просто не мають інших аргументів для привернення уваги клієнта. Однак гроші не люблять шуму, і допускати неетичну поведінку в такому етичному бізнесі, як фармацевтичний, — це загубити своє обличчя раз та назавжди.

Зазвичай такі дії конкурентів мають зворотний ефект, а тому не викликають хвилювань, лише розчарування.

### «ПРИХОДЬ І ПРИВОДЬ»

Останнім часом на слуху й спроби окремих компаній збільшити свій клієнтський портфель за рахунок переманювання ключових співробітників компаній-конкурентів. Цей конкурентний прийом не позбавлений логіки, адже особистість юриста відіграє головну роль в успіху нішевої компанії та в довгостроковості відносин з її клієнтурою.

Однак ця особливість і створює небезпечну протиріччя для реалізації такої конкурентної стратегії. Адже компанії, в яких практикується підхід до взаємин з клієнтом як до бізнес-процесу, навіть переманивши найкращих, не зможуть відповідати очікуванням клієнтів, які віддають перевагу персональній увазі, а не механізму.

На вільному ринку конкуренція в будь-якому вигляді має право на існування, але мені не хотілося б виправдовувати її найбільш агресивні та неетичні прояви. Перефразовуючи класику рекламного жанру, скажу, що нам, як маленькій риби, що живе в морі великих, щоб вижити, завжди потрібно плисти на порядок швидше. Наша стратегія — саме в цьому.

РЕКЛАМА



# ПЕРЕДПЛАТА

журнал

## «Український адвокат»



Видання ЮРИДИЧНА ПРАКТИКА

Тел.: (044) 495-27-27  
Факс: (044) 495-27-77  
www.pravo.ua