

УДК 346.545

 DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1203224>
**І.Ю. ЛУЧКА,**

 аспірант Міжнародної академії управління персоналом,  
 м. Київ, Україна

## **ПРО ПОНЯТТЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТА ВКЛЮЧЕННЯ В ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС ПРАВА НА ДІЛОВУ РЕПУТАЦІЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК ВІДПОВІДНОГО ПРАВОВОГО ІНСТИТУТУ**

**I.YU. LUCHKA,**

 Postgraduate student of a Ph.D.,  
 Interregional Academy of Personnel Management, Kijv, Ukraine

### **ON THE NOTION OF BUSINESS REPUTATION AND INCLUSION IN THE COMMERCIAL CODE OF THE RIGHT TO A BUSINESS REPUTATION OF A BUSINESS ENTITY AS AN APPROPRIATE LEGAL INSTITUTION**

Важливою умовою забезпечення конкурентних умов господарювання, а отже і розвитку економіки, є ефективний захист права суб'єктів господарювання на ділову репутацію, формування та запровадження в теорію господарського права, господарське законодавство відповідних положень та правових норм, формування на їх основі відповідного правового інституту – інституту захисту суб'єктів господарювання на ділову репутацію. Даний інститут вкрай важливий для забезпечення ефективної господарської діяльності в умовах нинішнього кризового становища значної частини підприємств, більша частина з яких декларують збитковість діяльності. В той же час, неефективність, недостатність захисту ділової репутації в сучасних умовах, несформованість ринкових відносин, постійні порушення економічної конкуренції обумовлені не тільки пробільністю у законодавстві, а й відсутністю системного підходу до побудови цього захисту, недостатнім рівнем розробки науково-методологічних засад побудови механізму захисту ділової репутації суб'єктів господарювання. Необхідність проведення принципово нових економічних реформ в діяльності вітчизняних підприємств, пов'язаних з підвищенням рівня їх економічної безпеки, захисту ділової репутації зумовлюють необхідність теоретичного обґрунтування та розробки практичних рекомендацій щодо побудови організаційно-правового механізму захисту ділової репутації суб'єктів господарювання.

Для практичної реалізації цієї пропозиції слід визначити, перш за все, змістовну сутність ділової репутації суб'єкта господарювання. Таке визначення є необхідною умовою для виявлення фактів правопорушення, встановлення господарсько-правової відповідальності учасників відповідних господарських відносин.

Питання правового регулювання інтелектуальної власності, ділової репутації, її захисту досліджувались у працях Ю. Бошицького, М. Галянтича, О. Дзери, І. Коваль, В.Косака, Н. Кузнецової, В. Луця, О. Підпригори, А. Святоцького, Є. Харитонова, Я. Шевченко, Г. Шершеневича, Р. Шишки, О. Ярешко та ін. Між тим, багато хто з дослідників розглядає питання ділової репутації з цивільно-правових позицій. Проблеми сутності, складу, а також і захисту ділової репутації суб'єктів господарювання розроблено недостатньо, що призводить до порушень конкурентних засад у сфері економіки, а також і до інших негативних наслідків. Тому метою статті є визначення сутності (поняття та складу) ділової репутації, а також окреслення змісту організаційно-правового механізму її захисту стосовно суб'єктів господарювання. Новизна роботи полягає в розробці дефініції ділової репутації суб'єктів господарювання для включення у Господарський кодекс, а також визначенні змістовного наповнення самостійного правового інституту на правах окремої глави «Ділова репутація суб'єктів господарювання».

Законодавче визначення ділової репутації, право на її захист сформульовані у відношенні до фізичної особи (з нормативним встановленням можливості поширення відповідних положень на юридичні особи). Достатньо поширеною є інтерпретація ділової репутації як особистого немайнового блага, звично як усталеної оцінки фізичної особи, що ґрунтується на наявній інформації про її позитивні та негативні суспільно значущі діяння (поведінку), як правило в певній сфері (професійній, підприємницькій, службовій і т.д.). Це суспільна думка суспільства чи соціальної групи про особу з точки зору суспільної моралі. У такому розумінні поняття «ділової репутації» наближається до категорії «гідності та честі» (ст.297 Цивільного кодексу України – далі – ЦК [1]), що є підставою для ототожнення цих понять. Чи не єдина суттєва відмінність між цими поняттями полягає у тому, що честю (як і гідністю) наділена фізична особа, тоді як ділова репутація, як особисте немайнове благо, приймає як фізичним, так і юридичним особам (суб'єктам господарювання).

Нормативне своє визначення ділова репутація знайшла у Законі України «Про банки і банківську діяльність» [2]. В розробленому відповідно до вимог вищезазначеного Закону «Про банки і банківську діяльність» Положенні «Про порядок реєстрації та ліцензування банків, відкриття відокремлених підрозділів» (затвердженому Постановою Правління Національного банку України 08.09.2011 р. № 306) [3], регламентовано порядок та умови реєстрації банків, погодження їх статутів і змін до них, погодження набуття або збільшення істотної участі в банку, погодження призначення та визначення *ділової репутації* керівників банку. При цьому наголошується, що визначення Національним банком ділової репутації особи здійснюється в передбачених Законом та цим Положенням випадках та не є визначенням ділової репутації особи відповідно до цивільного законодавства України. Зрозуміло, що це визначення не є визначенням ділової репутації і відповідно до господарського законодавства.

Зміст, наповнення (склад) категорії «ділова репутація» суб'єктів господарювання впливає з положень Господарського кодексу України [4], Законів України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності» [5] та «Про захист від недобросовісної конкуренції» [6], а також Податкового кодексу України [7]. Виходячи з аналізу зазначених документів, до змісту (скла-

ду) ділової репутації суб'єктів господарювання слід віднести позначення, рекламні матеріали, упаковки, зовнішній вигляд виробу, ім'я товару, комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг), оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інші позначення суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання; зовнішній вигляд виробу. Це також і кращі управлінські якості, нові технології, про що, зокрема, йдеться у Податковому кодексі України при визначенні поняття гудвілу.

В той же час Цивільний кодекс України (ч.1. ст.1116 «Предмет договору комерційної концесії»), розмежовував ділову репутацію і вищезазначені об'єкти, що відносяться до об'єктів інтелектуальної власності: «Предметом договору комерційної концесії є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та *ділової репутації*» (курсив наш. – Авт.).

Зазначені суперечності між господарським та цивільним законодавством не є дріб'язковими, такими, на які можна не звертати увагу. Адже віднесення ділової репутації суб'єктів господарювання до об'єктів права інтелектуальної власності означатиме поширення на неї (ділову репутацію) правового режиму цих об'єктів, тобто підвищену її охорону. Таким чином, у даному випадку більш правильна позиція стосовно статусу ділової репутації суб'єктів господарювання міститься у відповідних нормах господарського законодавства.

Слід закріпити і у цивільному законодавстві чітке визначення змісту (складу) ділової репутації юридичних осіб, включивши у цей склад торговельні марки, промислові зразки, винаходи, твори, комерційну таємницю, кращі управлінські якості, нові технології, а також позначення виробника, зовнішній вигляд виробу, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інші позначення суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх (за умови, що це призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання).

Пропонуємо дефініцію ділової репутації суб'єктів господарювання, для включення у Господарський кодекс, наступного змісту: «Ділова репутація суб'єкта господарювання – це сукупність його виняткових прав на засоби індивідуалізації

цього суб'єкта (позначення продукції, виготовлювача, рекламні матеріали, упаковки, зовнішній вигляд виробу, ім'я товару, комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг), оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інші позначення суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання; зовнішній вигляд виробу, комерційні таємниці, а також використання кращих управлінських здібностей, домінуючої позиції на ринку послуг (товарів, робіт), нових технологій і т.п.

Дана дефініція могла би бути включена в Господарський кодекс як складова відповідного самостійного правового інституту на правах окремої глави «Ділова репутація суб'єктів господарювання». Крім визначення ділової репутації суб'єктів господарювання, до такої глави могли б включатися положення щодо передачі прав на ділову репутацію, а також засоби господарсько-правової відповідальності за порушення зазначених прав, відшкодування збитків, завданих діловій репутації суб'єктів господарювання.

Стосовно передачі прав на ділову репутацію за договором концесії. Доцільно ввести статтю «Передача прав на ділову репутацію за договором концесії», в якій зазначити, що: 1. Передача прав на ділову репутацію здійснюється за відповідним договором (договором про передачу прав на ділову репутацію). Цей договір може бути як самостійний, так і у складі договору концесії (франчайзингу). 2. Сторонами цього договору можуть бути суб'єкти господарювання, а предметом – право на використання об'єктів ділової репутації (позначення продукції, виготовлювача, рекламні матеріали, упаковки, зовнішній вигляд виробу, ім'я товару, комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг), оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інші позначення суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання; зовнішній вигляд виробу, комерційні таємниці, комерційний досвід, а також використання кращих управлінських здібностей, домінуючої позиції на ринку послуг (товарів, робіт). 3. Договором на передачу прав на ділову репутацію може бути передбачено використання предмета договору із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної

сфери господарського обороту. 4. Потрібно вказати, що договір на передачу прав на ділову репутацію має укладатися у письмовій формі. У разі недодержання письмової форми договору концесії такий договір є нікчемним. 5. У випадках, передбачених договором на передачу прав на ділову репутацію, користувач може укласти договір на передачу прав на ділову репутацію, за яким він надає іншій особі (субкористувачу) право користування наданим йому правоволодільцем комплексом прав або частиною комплексу прав на умовах, погоджених із правоволодільцем або визначених договором на передачу прав на ділову репутацію. 6. Користувач та субкористувач права на ділову репутацію відповідають перед правоволодільцем за завдану йому шкоду солідарно. 7. Визнання договору на передачу прав на ділову репутацію недійсним має наслідком недійсність відповідного договору з користувачем права на ділову репутацію.

Стосовно захисту права ділову репутацію суб'єктів господарювання. У цивільному законодавстві закріплено право на недоторканність ділової репутації як фізичної, так і юридичної особи. В ст.94 «Особисті немайнові права юридичної особи» ЦКУ вказується, що юридична особа має право на недоторканність її ділової репутації, на таємницю кореспонденції, на інформацію та інші особисті немайнові права, які можуть їй належати (ч.1).

Ефективність захисту ділової репутації суб'єктів господарювання залежить від низки факторів, вимог повного їх врахування і оптимізації, виходячи з цілей цього захисту.

Для виявлення і врахування всього комплексу суттєвих факторів звично використовують, зокрема, у дослідженнях з управління підприємством, його безпекою (а питання охорони ділової репутації суб'єктів господарювання напряму пов'язане з їх безпекою, а іноді, навіть і з національною безпекою) спеціальний науково-практичний інструментарій, побудову системи, організаційно-правового механізму захисту ділової репутації.

В управлінській літературі найбільш поширеним вважається визначення безпеки суб'єктів господарювання як стану ефективного використання його ресурсів (капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і існуючих ринкових можливостей, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) і забезпечити його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії.

До згаданих загроз можна віднести:

- неякісність правової захищеності тих чи інших сфер життєдіяльності підприємства;
- неякісність правового забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів;
- неякісність правового захисту технологій, технологічних рішень, «ноу-хау», таємниці кореспонденції, на інформацію та інші особисті немайнові права, які можуть їй належати.

Організаційно-правовий механізм захисту ділової репутації має бути передбачений в системі економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності і передбачати контроль, моніторинг і діагностику стану охорони ділової репутації суб'єктів господарської діяльності; організаційне забезпечення функціонування й розвитку системи охорони, стратегію вдосконалення цієї сис-

теми як складової частини національної безпеки держави; захист комерційної таємниці й інших, найбільш суттєвих інтелектуальної власності в системі економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності.

Таким чином, закріплення у кодифікованому акті визначення ділової репутації суб'єктів господарювання, бази для створення належного механізму здійснення відповідного права та його захисту дозволить повністю відтворити сутність його призначення, забезпечити ефективність цього захисту.

Щодо господарсько-правової відповідальності за порушення прав на ділову репутацію, то в рамках відповідного правового інституту слід регламентувати порядок обчислення та відшкодування збитків, завданих діловій репутації суб'єктів господарювання.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 435–IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40–44. Ст. 356.
2. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121–III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 5–6. Ст. 30.
3. Про затвердження деяких нормативно-правових актів Національного банку України : Постанова Правління Національного банку України від 08.09.2011 № 306. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1203-11>.
4. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 № 436–IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст.144.
5. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності : Закон України від 18.02.1992 № 2132–XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 21. Ст. 296.
6. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 № 236/96 ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 36. Ст. 164.
7. Податковий кодекс України : від 02.12.2010 № 2755–VI. *Відомості Верховної Ради України*, (13–14, 15–16, 17). 112.

#### REFERENCES

1. Tsyvil'nyy kodeks Ukrayiny [Civil Code of Ukraine]. Zakon Ukrayiny (16.01.2003 No 435–4). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, (40–44). 356 (in Ukr).
2. Pro banky i bankiv's'ku diyal'nist' [About banks and banking]. Zakon Ukrayiny (07.12.2000 No 2121–3). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, (5–6). 30 (in Ukr).
3. *Pro zatverdzhennya deyakykh normatyvno-pravovykh aktiv Natsional'noho banku Ukrayiny* [On approval of certain normative legal acts of the National Bank of Ukraine]. Postanova Pravlinnya Natsional'noho banku Ukrayiny (08.09.2011 No 306). Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1203-11> (in Ukr).
4. Hospodars'kyy kodeks Ukrayiny [The Commercial Code of Ukraine]. Zakon Ukrayiny (16.01.2003 No 436–4). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, (18, 19–20, 21–22). (in Ukr).
5. Pro obmezhennya monopolizmu ta nedopushchennya nedobrosovisnoyi konkurentsiyi v pidpryyemnyts'kiy diyal'nosti [On restriction of monopoly and prevention of unfair competition in entrepreneurial activity]. Zakon Ukrayiny (18.02.1992 No 2132–12). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, (21). 296 (in Ukr).
6. Pro zakhyst vid nedobrosovisnoyi konkurentsiyi [On protection from unfair competition]. Zakon Ukrayiny (07.06.1996 No 236/96 VR). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, (36). 164 (in Ukr).
7. Podatkovyy kodeks Ukrayiny [Tax Code of Ukraine]. Zakon Ukrayiny (02.12.2010 No 2755–6). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*, 2011. (13–14, 15–16, 17). 112 (in Ukr).

Надійшла 25.11.2017



**Лучка І. Ю. Про поняття ділової репутації та включення в Господарський кодекс права на ділову репутацію суб'єктів господарювання як відповідного правового інституту. Форум права: електрон. наук. фахове вид. 2017. № 5. С. 236–240. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP\\_index.htm\\_2017\\_5\\_37.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2017_5_37.pdf)**

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.1203224>

Розкрито важливість ефективного захисту права суб'єктів господарювання на ділову репутацію у забезпеченні конкурентних умов господарювання, а отже і розвитку економіки в цілому та запропоновано виділити відповідний комплекс правових норм щодо захисту права суб'єктів господарювання на ділову репутацію в якості самостійного правового інституту.

**Ключові слова:** ділова репутація, захист права суб'єктів господарювання, комерційна концесія, правовий інститут, конкурентні умови господарювання

\*\*\*

**Лучка И.Ю. О понятии деловой репутации и включении в Хозяйственный кодекс права на деловую репутацию субъекта хозяйствования как соответствующего правового института**

Раскрыта важность эффективной защиты права субъектов хозяйствования на деловую репутацию в обеспечении конкурентных условий выделить соответствующий комплекс правовых норм по защите права субъектов хозяйствования на деловую репутацию в качестве самостоятельного правового института.

**Ключевые слова:** деловая репутация, защита прав субъектов хозяйствования, коммерческая концессия, правовой институт, конкурентные условия хозяйствования

\*\*\*

**Luchka I.YU. On the Notion of Business Reputation and Inclusion in the Commercial Code of the Right to a Business Reputation of a Business Entity as an Appropriate Legal Institution**

The importance of effective protection of the right of business entities to business reputation in ensuring the competitive conditions of management, and hence the development of the economy as a whole, is disclosed. It is proposed to allocate the corresponding set of legal norms for the protection of the right of business entities to business reputation as an independent legal institution.

The aforementioned contradictions between economic and civil law are not trivial, those that can be ignored. After all, the attribution of the business reputation of business entities to objects of intellectual property rights will mean the extension of the (legal) reputation of the legal regime of these objects, that is, increased its protection. Thus, in this case, a more correct position regarding the status of business reputation of economic entities is contained in the relevant norms of economic legislation.

It is necessary to consolidate and in civil law a clear definition of the content (composition) of the business reputation of legal entities, including the trade marks, industrial designs, inventions, works, commercial secrets, the best management qualities, new technologies, as well as the manufacturer's designation, appearance of the product, registration of packaging of goods and periodicals, other designations of an entity that has previously started using them (provided that this has led or may result in confusion with the activities of this entity).

Regarding the protection of the right to business reputation of business entities. In civil law, the right to inviolability of business reputation as a physical person and a legal entity is enshrined. In Art 94 «Personal non-property rights of a legal entity» of the Civil Code stipulates that a legal entity has the right to inviolability of its business reputation, the secret of correspondence, information and other personal non-property rights that may belong to it (Part 1).

At the same time, the effectiveness of protecting the business reputation of economic entities depends on a number of factors, requirements for their full consideration and optimization, based on the objectives of this protection.

For revealing and taking into account the whole complex of essential factors, it is commonly used, in particular, in enterprise management studies, its security (and the issue of protecting the business reputation of economic entities is directly related to their safety, and sometimes even with national security) special scientific-practical tools, construction of the system, organizational and legal mechanism for protecting business reputation.

**Key words:** business reputation, protection of the rights of business entities, commercial concession, legal institute, competitive conditions of management