

Мирець Д.С., студентка юридично-психологічного факультету НАВС

Науковий керівник: Гелич Ю.О., кандидат юридичних наук, доцент

Необхідність нормативного закріплення поняття “ділова репутація суб’єкта господарювання”

На сьогодні для ведення підприємницької діяльності для її суб’єктів досить важливим є її моральне обличчя, культура фірми, діловий етикет та престиж. Це має значення головним чином для суспільства, адже саме воно є головним і неупередженим суб’єктом оцінки наведених якостей, які можна звести до одного поняття - ділової репутації суб’єкта господарювання. Проте виникає запитання: що саме вкладається у це поняття, адже на практиці цей термін тлумачиться по-різному і законодавчо також не визначений.

Чинне законодавство України закріплює, що право на недоторканність ділової репутації належить як фізичній так і юридичній особі (ст. ст. 94, 299 ЦК України), а її приниження розглядається як завдання моральної шкоди (ст. 23 ЦК України) [1]. Механізми захисту порушеної чи приниженої ділової репутації існують, хоча й відсутнє точне визначення, що саме підлягає захисту.

У Законі України «Про банки і банківську діяльність» у ст. 2 ділова репутація - відомості, зібрані Національним банком України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі у такій юридичній особі, вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомості про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи [2].

Вагомим внеском судової практики у визначення досліджуваного поняття є Інформаційний лист Вищого господарського суду України від 28.03.2007 р. № 01-8/184 «Про деякі питання практики застосування господарськими судами законодавства про інформацію» (далі - лист ВГСУ) у якому визначено, що ділову репутацію юридичної особи становить престиж її фірмового (комерційного) найменування, торговельних марок та інших належних їй нематеріальних активів серед кола споживачів її товарів та послуг [3].

Відповідно до постанови Пленуму Верховного Суду України від 27.02.2009 р. №1 «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» (далі - постанова ВСУ) під діловою репутацією юридичної особи, у тому числі підприємницьких товариств, фізичних осіб - підприємців, адвокатів, нотаріусів та інших осіб, розуміється оцінка їх підприємницької, громадської, професійної чи іншої діяльності, яку здійснює така особа як учасник суспільних відносин [4].

Разом з тим і лист ВГСУ і постанова ВСУ наголошують, що визначення змісту ділової репутації залежить від природи її суб'єкта, а чинне законодавство не містить універсального та чіткого її визначення, оскільки поняття ділової репутації є морально-етичною категорією.

З метою ефективного захисту ділової репутації деякі науковці вважають за необхідне закріпити визначення ділової репутації, що дане в постанові ВСУ, в Цивільному чи Г осподарському кодексі України.

Ділову репутацію як правову категорію можна визначити наступним чином: об'єктивна складова - немайнове благо; а суб'єктивна складова - оцінка ділової репутації іншими суб'єктами права та інформація, яка формує ділову репутацію, тобто інформація, яка надається самою юридичною особою, під якою розуміють: результати інтелектуальної, творчої діяльності (ст. 199 ЦК України); інформація (ст. 200 ЦК України); особисті немайнові блага (ст. 201 ЦК України).

На жаль, не всі юридичні особи добросовісно формують свою ділову репутацію, забуваючи при цьому про добросовісну конкуренцію та ділову репутацію інших юридичних осіб, тим самим намагаючись зайняти якщо не домінуючу, то більш високу позицію на ринку. Тому, споживачам та контрагентам слід пам'ятати про офіційну можливість «купівлі» ділової репутації юридичних осіб.

Враховуючи все вище викладене, вважаю за необхідне закріпити визначення ділової репутації в Господарському кодексі України яке надав М.В. Парасюк у своїй роботі «Про поняття ділової репутації юридичної особи»: ділова репутація суб'єкта господарювання - це особисте нематеріальне благо суб'єкта господарювання, яке формується на основі існуючої інформації про престиж її торгових марок, фірмового (комерційного) найменування, ділових якостей юридичної особи як контрагента у господарських правовідносинах, оцінки споживачів та інших суб'єктів господарського права, і яке знаходить своє матеріальне вираження у формі гудвілу (немайнового активу) суб'єкта господарювання.

З цього визначення відображається перш за все те, що основою формування ділової репутації є безперечно інформація, яка може бути у формі зовнішньої оцінки юридичної особи та внутрішньої її оцінки. При цьому може також сформуватися немайновий актив підприємства - гудвіл, який може змінюватися залежно від наявної інформації (як позитивної так і негативної), але презюмується, що дана інформація є правдивою, доки інше не буде доведено у встановленому порядку.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.

3. Інформаційний лист Вищого господарського суду України від 28.03.2007 р. № 01-8/184 «Про деякі питання практики застосування господарськими судами законодавства про інформацію». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v_184600-07.

4. Постанови Пленуму Верховного Суду України від 27.02.2009 р. №1 «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v_001700-09.