

Очеретяна О.В.
Студент ФММ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник:
Кириченко С.О., к.е.н, доц., ФММ
КПІ ім. Ігоря Сікорського

Ділова репутація суб'єктів господарювання: поняття та прийоми захисту

Конкуренція є головним елементом ринкової економіки. Вона спонукає підприємців до самовдосконалення та боротьби за ринок збуту. Однак, якщо інструментами суперництва стають будь-які неправомірні дії, то це трактується як недобросовісна конкуренція. У Законі «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено три види правопорушень. Одним з них є неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання [1].

Ділова репутація, як поняття, виникла ще у XV ст. і до сьогодні зберегла своє значення. Вона вважається одним із найбільш важливих нематеріальних активів підприємства.

Необхідно зазначити, що багато вчених розглядають поняття «ділова репутація» в досить широкому розумінні. М. Галянтич у своїй роботі «Захист ділової репутації: цивільно-правові проблеми» зазначає, що ділова репутація – загальна думка про окрему особу, групу, або колектив людей, що склалася на підставі оцінки якості продукції, роботи, вчинків, переваг і недоліків будь-якої роботи [2]. На думку Л. Красавчикової, ділова репутація – це певна суспільна думка, яка склалася про професійну, посередницьку та будь-яку іншу, в тому числі й підприємницьку, діяльність юридичної особи [3].

Ділова репутація в господарській діяльності є нематеріальним активом та може включати до свого складу такі елементи, як: популярність та відомість підприємства, престиж торгової марки, успішний досвід та стійкість на ринку, високий рівень довіри серед клієнтів, партнерів та контрагентів [4].

Кожен суб'єкт господарювання має право на недоторканність його ділової репутації (ст. 94 ЦКУ) [5]. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання в конкуренції має негативний вплив на авторитет та репутацію підприємства, може спричинити зниження прибутковості або продуктивності. Тому, у разі порушення цього права, потерпіла сторона може вимагати у судовому порядку спростування відомостей, що завдають шкоди її репутації. Адже посягання на ділову репутацію суб'єкта господарювання завдає йому як матеріальну так і моральну шкоду [6].

Неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання вважається неправомірне використання чужих позначень, імені, торгівельної марки, упаковки, рекламних матеріалів, самого товару без згоди суб'єкта господарювання, плагіат та порівняльна реклама [7].

Для підтвердження неправомірного використання ділової репутації суб'єкта господарювання достатньо підтвердити, що контрафактна продукція знаходиться в обігу [8].

Захист ділової репутації, як система дій спрямованих на припинення порушення права на ділову репутацію, його відновлення та відшкодування збитків, має прояв у юрисдикційній (захист порушених прав Антимонопольним комітетом України або судом у порядку господарського чи адміністративного судочинства) та неюрисдикційній формі

(письмове претензійне звернення, вирішення суперечки із залученням третьої особи – медіатора) [1,9,7].

Якщо захист порушених прав відбувається у судовому порядку, то позивач може вимагати від відповідача спростування поширеної ним неправдивої інформації (має відбуватись у такій самій формі, як і поширювалася неправдива інформація, а якщо це неможливо – то у будь-якому іншому прийнятному форматі), надання відповіді або ж матеріального відшкодування (його розмір не може бути меншим від прибутку, одержаного відповідачем у зв'язку з порушенням права) [1].

Ділова репутація формується протягом тривалого часу повсякденної кропіткої роботи та має велике значення для господарюючих суб'єктів в процесі їх ділового спілкування.

Отже, ділова репутація розглядається як найважливіший актив суб'єкта господарювання, що несе інформацію про його професійність, порядність, репутацію на ринку збуту та інше. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання у конкуренції карається Законом та передбачає відповідальність за спричинену шкоду суб'єкту господарювання.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 1996 р. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>
2. Галянтич М. Захист ділової репутації: цивільно-правові проблеми / М.Галянтич // Право України – 2001. – №1. – С.97-100
3. Красавчикова Л.О. Компенсация морального вреда субъектам экономической деятельности в случаях причинения вреда их деловой репутации / Л.О.Красавчикова // Академический юридический журнал. – 2002. – №2. С.41-43
4. Можаровська К.В. До питання про зміст поняття «ділова репутація» в контексті дифамаційних правовідносин / К. Можаровська // Юридичний науковий журнал. – 2015. – №5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lsej.org.ua/5_2015/17.pdf
5. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 2000 р. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
6. Саприкіна І.В. Правовідносини щодо захисту честі, гідності та ділової репутації фізичної особи в цивільному праві України. / Саприкіна І.В. // Підприємництво, господарство і право. - 2006. - №1. - С.36-38.
7. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 2000 р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
8. Бурбело О. А. Економічна і правова безпека репутації підприємства : монографія / О. А. Бурбело, Д. В. Солоха, В. Ю. Припотень; Макіїв. екон.-гуманіт. ін-т. - Луганськ : Янтар, 2009. - 100 с.
9. Закон України «Про антимонопольний комітет» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 1993 р. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>