

АНОТАЦІЯ

Кравченко Т. С. Правове забезпечення використання ділової репутації суб'єктів господарювання. - Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 08 «Право» за спеціальністю 081 «Право». – Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

Дисертацію присвячено дослідженню правового забезпечення використання ділової репутації суб'єктів господарювання.

У розділі I «Загальнотеоретичні засади правового забезпечення використання ділової репутації суб'єктів господарювання» уточнено визначення поняття ділової репутації суб'єктів господарювання як охоронюваного законом немайнового блага, яке втілює в собі зовнішнє ставлення до суб'єкта господарювання, його товарів, робіт, послуг шляхом оцінки економічних, соціальних, екологічних, інноваційних, маркетингових показників його діяльності та відповідності його діяльності законодавству, звичаям ділового обороту та правилам професійної етики.

Конкретизовано ознаки ділової репутації суб'єктів господарювання як немайнового блага, до яких віднесено: персоніфікованість, умовна грошова оцінка, можливість вираження через об'єкти матеріального світу, похідний характер (виникає на підставі сприйняття інших нематеріальних і матеріальних благ, дій суб'єкта господарювання).

Уточнено показники діяльності, які впливають на формування ділової репутації суб'єкта господарювання шляхом їх поділу на п'ять груп: економічні (фінансова стабільність суб'єкта, розмір статутного капіталу, обсяг прибутку, якість продукції тощо), соціальні (якість управління, створення гідних умов праці, участь суб'єкта в освітніх, наукових та благодійних заходах), екологічні (дотримання правил і стандартів у сфері охорони навколишнього середовища, використання природоохоронної техніки, виробництва продукції), інноваційні (розробка і впровадження нових технологій, удосконалення існуючих механізмів та процесів виробництва), маркетингові (вихід на міжнародний ринок, засоби

паблік рілейшн (PR), рекламна діяльність, розробка стратегії виробництва та збуту продукції, надання послуг), показники, пов'язані із законністю діяльності (дотримання суб'єктом норм законодавства у сфері господарювання, оподаткування, виробництво продукції з дотриманням технічних регламентів, національних стандартів).

Обґрунтовано, що в сфері господарювання відбувається комерціалізація ділової репутації шляхом використання належних суб'єкту господарювання об'єктів прав інтелектуальної власності (торговельні марки, комерційні найменування, промислові зразки), введення цих об'єктів до економічного обороту, здійснення інших дій щодо організації та провадження господарської діяльності, спрямованих на отримання прибутку.

Обґрунтовано, що у разі завдання шкоди іміджу, реноме, клієнтелі, престижу, іншим немайновим цінностям суб'єкта господарювання, об'єктом захисту виступатимуть пов'язані з цими цінностями охоронювані законом інтереси (законні інтереси), якщо такі порушення не поглинаються порушенням права на ділову репутацію суб'єкта господарювання, в іншому випадку об'єктом захисту виступатиме право на ділову репутацію суб'єкта господарювання.

Конкретизовано співвідношення понять ділової репутації та гудвілу як таких, що поряд з відмінностями між ними (за правовим режимом: ділова репутація є немайновим благом, а гудвіл – нематеріальним активом; підставами виникнення, зовнішнім вираженням), пов'язані таким чином, що ділова репутація суб'єкта господарювання виступає одним із чинників, що впливає на формування гудвілу у разі продажу підприємства як цілісного майнового комплексу.

Конкретизовано, що господарсько-правове забезпечення використання ділової репутації суб'єктів господарювання охоплює як господарсько-правову регламентацію використання ділової репутації суб'єктів господарювання, так і заходи, пов'язані з ресурсним, організаційним, договірним, фінансовим забезпеченням відносин у сфері використання, охорони і захисту ділової репутації, які здійснюються з метою створення належних умов для ефективного і стабільного функціонування суб'єкта господарювання.

Конкретизовано напрями удосконалення законодавства України в сфері використання ділової репутації суб'єктів господарювання: 1) законодавче закріплення термінів і понять (поняття «ділова репутація суб'єктів господарювання», «використання ділової репутації суб'єктів господарювання»), відкритого переліку способів використання ділової репутації суб'єктів господарювання і змісту кожного з них в окремому розділі ГК України «Немайнові права суб'єктів господарювання»; 2) закріплення методів грошової оцінки ділової репутації суб'єктів господарювання і змісту кожного з них в Національному стандарті «Оцінка немайнових прав суб'єктів господарювання»; 3) уточнення видів і складів правопорушень щодо ділової репутації; 4) уточнення способів захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання.

У розділі 2 *«Правова характеристика використання ділової репутації суб'єктів господарювання»* конкретизовано поняття використання ділової репутації суб'єктів господарювання як сукупності фактичних дій (розповсюдження інформації про власну діяльність, рекламування продукції, маркування продукції торговельними марками) і юридичних дій (укладення і належне виконання договорів, вчинення інших правочинів), які здійснюються з метою підвищення конкурентоспроможності суб'єкта, зміцнення його становища на ринку.

Узагальнено способи використання ділової репутації суб'єктів господарювання шляхом їх групування за такими критеріями: 1) залежно від суб'єкта використання: використання суб'єктом господарювання-володільцем ділової репутації та користувачем; 2) залежно від характеру дій – юридичні дії та фактичні дії; 3) залежно від підстав використання: первинні (рекламування продукції, маркування продукції торговельними марками) та похідні (використання відбувається внаслідок укладення договору, реорганізації суб'єкта господарювання).

Конкретизовано методи оцінки ділової репутації суб'єктів господарювання, які узагальнено в п'ять груп: методи, що характеризують інноваційність діяльності суб'єкта (витратний метод, метод надлишкових ресурсів); методи, що характеризують дотримання суб'єктом господарювання

вимог ДСТУ та санітарно-екологічних вимог (метод експертних оцінок); методи, що характеризують ринкові позиції (порівняльний метод, економічний метод); методи, що характеризують рівень менеджменту (метод соціологічного опитування); методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність (прибутковий метод, метод надлишкових прибутків).

Обґрунтовано, що в процесі реорганізації господарських організацій ділова репутація суб'єкта, що реорганізується, не є об'єктом правонаступництва, а у новоствореної господарської організації виникає де-юре право на власну (нову) ділову репутацію, рівень якої може залежати від форми реорганізації та рівня ділової репутації суб'єкта, що реорганізується.

Уточнено положення про договірні форми використання ділової репутації суб'єктів господарювання шляхом їх поділу на форми, в яких: 1) ділова репутація виступає складовою предмету договору (договір комерційної концесії, договір про спільну діяльність), 2) укладення та виконання яких залежить від рівня ділової репутації суб'єкта господарювання (кредитний договір, ліцензійний договір тощо).

У розділі 3 *«Захист від неправомірного використання ділової репутації суб'єктів господарювання»* уточнено критерії визначення ефективного способу захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання, до яких віднесено: тривалість та результативність (оперативність) відновлення ділової репутації суб'єктів господарювання; характер порушення права на ділову репутацію суб'єктів господарювання; наслідки порушення; цілі захисту; відповідність результату застосування способу захисту цілям захисту.

Узагальнено підстави захисту права на ділову репутацію суб'єкта у сфері господарювання з їх поділом на види: 1) за об'єктом правопорушення: правопорушення, які посягають власне на ділову репутацію та правопорушення, об'єктом яких є предмети матеріального світу, через які комерціалізується ділова репутація суб'єкта господарювання (торгові марки, комерційне найменування); 2) за характером дій: договірні, що полягають у невиконанні чи неналежному виконанні зобов'язань, та позадоговірні, що полягають у порушенні правил

здійснення господарської діяльності (неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, дискредитація).

Конкретизовано способи захисту права на ділову репутацію у сфері господарювання з їх поділом на: 1) загальні способи захисту прав суб'єктів господарювання (відшкодування збитків, припинення правопорушення тощо); 2) спеціальні способи захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання (спростування недостовірної інформації); 3) спеціальні способи захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності, які забезпечують комерціалізацію ділової репутації суб'єктів господарювання (опублікування в ЗМІ відомостей про порушення і зміни судового рішення, вилучення контрафактної продукції тощо).

Конкретизовано критерії, що впливають на визначення розміру немайнової шкоди завданої діловій репутації господарюючого суб'єкта, до яких віднесено: місце на ринку суб'єкта господарювання; масштаб та сфера здійснення господарської діяльності; вплив порушення на внутрішнє корпоративне середовище господарської організації, трудовий колектив; обсяг заходів, які здійснено для відновлення рівня ділової репутації.

Доопрацьовано положення щодо презумпції спричинення немайнової шкоди суб'єкту господарювання внаслідок порушення права на ділову репутацію з конкретизацією обов'язку потерпілої сторони довести розмір компенсації немайнової шкоди.

Узагальнено положення щодо складу правопорушення у вигляді дискредитації суб'єкта господарювання з конкретизацією, що шкоди діловій репутації господарюючого суб'єкта завдають неправдиві, неточні або неповні відомості про засновників господарської організації, керівників, працівників, партнерів по спільній діяльності суб'єкта господарювання.

Ключові слова: ділова репутація суб'єкта господарювання, комерціалізація ділової репутації, гудвіл, об'єкти інтелектуальної власності, використання ділової репутації суб'єктів господарювання, способи використання ділової репутації суб'єктів господарювання, презумпція спричинення немайнової шкоди, захист права на ділову репутацію.

SUMMARY

Kravchenko T.S. Legal regulation of the use of business reputation of business entities. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the field of knowledge 08 "Law" in the specialty 081 "Law". – Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

The dissertation is devoted to the study of the legal support of the use of business reputation of business entities.

In *section 1 "General theoretical principles of legal support for the use of business reputation of business entities"* specifies the definition of business reputation of business entities as a legally protected intangible asset, which embodies the external attitude to the business entity, its goods, works and services by assessment of economic, social, environmental, innovative, marketing indicators of its activities and compliance of its activities with the law, customs of business and rules of professional ethics.

Signs of business reputation of business entities as intangible goods are specified, which include: personalization, conditional monetary valuation, possibility of expression through objects of material world, derivative character (arises on the basis of perception of other intangible and material goods, actions of business entity).

The indicators of activity that affect the formation of the business reputation of the business entity by dividing them into five groups: economic (financial stability of the entity, the size of authorized capital, profit, product quality, etc.), social (quality management, creating decent working conditions, the subject's participation in educational, scientific and charitable activities), environmental (compliance with rules and standards in the field of environmental protection, use of environmental equipment, production), innovative (development and implementation of new technologies, improvement of existing mechanisms and production processes), marketing (entry into the international market, means of public relations (PR), advertising, development of strategy of production and sale of products, provision of services), indicators related to the legality of activities (compliance with the law in the

field of management, taxation, production in compliance with technical regulations, national standards).

It is substantiated that in the field of management there is a commercialization of business reputation by using the objects of intellectual property rights belonging to the business entity (trademarks, trade names, industrial designs), introduction of these objects into economic turnover, implementation of other actions concerning the organization and carrying out, economic activities aimed at making a profit.

It is substantiated that in case of damage to the image, reputation, clientele, prestige, other intangible assets of the business entity, the object of protection will be related to these values protected by law interests (legitimate interests), if such violations are not absorbed by violation of the right to business reputation of the business entity, otherwise the object of protection will be the right to business reputation of the business entity.

The relationship between the concepts of goodwill and goodwill as such, that along with the differences between them (according to the legal regime: goodwill is an intangible asset, and goodwill - an intangible asset; of the business is one of the factors influencing the formation of goodwill in the case of sale of the enterprise as a whole property complex.

It is specified that the economic and legal support for the use of business reputation of economic entities includes both economic and legal regulation of the use of business reputation of economic entities, and measures related to resource, organizational, contractual, financial support of relations in the field of use, protection and protection of business reputation, which are carried out in order to create appropriate conditions for efficient and stable operation of the entity.

The directions of improvement of the legislation of Ukraine in the field of use of business reputation of business entities are specified: 1) legislative fixing of terms and concepts (concept "business reputation of business entities", "use of business reputation of business entities"), the open list of ways of use of business reputation business entities and the content of each of them in a separate section of the Civil Code of Ukraine "Non-property rights of business entities"; 2) consolidation of methods of monetary valuation of business reputation of business entities and the content of each

of them in the National Standard "Valuation of non-property rights of business entities"; 3) clarification of the types and composition of offenses in relation to business reputation; 4) clarification of ways to protect the right to business reputation of business entities.

In section 2 *"Legal characteristics of the use of business reputation of economic entities"* specifies the concept of using the business reputation of economic entities as a set of actual actions (dissemination of information about their activities, advertising, branding) and legal actions (conclusion and proper execution) agreements, committing other transactions), which are carried out in order to increase the competitiveness of the entity, strengthening its position in the market.

The methods of using the business reputation of business entities by grouping them according to the following criteria are generalized: 1) depending on the subject of use: use by the business entity-owner of business reputation and user; 2) depending on the nature of actions - legal actions and actual actions; 3) depending on the grounds for use: primary (product advertising, product labeling) and derivatives (use occurs as a result of the contract, reorganization of the business entity).

The methods of assessing the business reputation of business entities are specified, which are generalized into five groups: methods that characterize the innovation of the entity (cost method, the method of surplus resources); methods that characterize the compliance of the business entity with the requirements of DSTU and sanitary-ecological requirements (method of expert assessments); methods that characterize market positions (comparative method, economic method); methods that characterize the level of management (survey method); methods that characterize the financial and economic activities (profit method, the method of excess profits).

It is substantiated that in the process of reorganization of economic organizations the business reputation of the reorganized entity is not the object of succession, and the newly created economic organization has a de jure right to its own (new) business reputation, the level of which may depend on the form of reorganization and the level of business reputation of the reorganized entity.

The provisions on contractual forms of using the business reputation of business entities by dividing them into forms in which: 1) business reputation is a component of

the subject of the contract (commercial concession agreement, joint venture agreement), 2) conclusion and execution, which depends on the level business reputation of the business entity (loan agreement, license agreement, etc.).

In section 3 *"Protection against misuse of business reputation of business entities"* specifies the criteria for determining an effective way to protect the right to business reputation of business entities, which include: duration and effectiveness (efficiency) of restoring the business reputation of business entities; the nature of the violation of the right to business reputation of business entities; consequences of violation; protection purposes; compliance of the result of application of the method of protection with the purposes of protection.

The bases of protection of the right to business reputation of the subject in the field of management with their division into types are generalized: 1) on object of offense: offenses which encroach on business reputation and offenses which object are objects of the material world through which it is commercialized business reputation of the business entity (trademarks, commercial name); 2) by the nature of actions: contractual, consisting in non-fulfillment or improper fulfillment of obligations, and non-contractual, consisting in violation of the rules of economic activity (illegal use of business reputation of the business entity, discrediting).

The methods of protection of the right to business reputation in the field of management are specified with their division into: 1) general methods of protection of the rights of business entities (compensation for damages, termination of the offense, etc.); 2) special ways to protect the right to business reputation of business entities (refutation of unreliable information); 3) special ways to protect the rights to intellectual property, which ensure the commercialization of the business reputation of business entities (publication in the media of information about violations and changes in court decisions, seizure of counterfeit products, etc.).

The criteria influencing the amount of non-pecuniary damage to the business reputation of the business entity are specified, which include: place in the market of the business entity; scale and scope of economic activity; the impact of the violation on the internal corporate environment of the business organization, the workforce; the amount of measures taken to restore the level of business reputation.

The provision on the presumption of causing non-pecuniary damage to an economic entity as a result of violation of the right to business reputation has been finalized, specifying the obligation of the injured party to prove the amount of compensation for non-pecuniary damage.

The provisions on the composition of the offense in the form of discrediting the business entity are specified, specifying that the damage to the business reputation of the business entity is caused by false, inaccurate or incomplete information about the founders of the business organization, managers, employees, partners in joint activities.

Keywords: business reputation of the business entity, commercialization of business reputation, goodwill, intellectual property, use of business reputation of business entities, ways to use the business reputation of business entities, presumption of non-pecuniary damage, protection of the right to business reputation.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації:

1. Кравченко Т.С. Співвідношення поняття «ділова репутація суб'єктів господарювання» з суміжними поняттями. *Правничий часопис Донецького університету*. 2018. № 1-2. С. 123-132.

2. Кравченко Т. Поняття «ділова репутація суб'єктів господарювання»: визначення та правова природа. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 3. С. 93-99.

3. Kravchenko T.S. On the concept of use of business reputation of business entities. *European reform bulletin*. 2020. № 3. p. 51-55.

4. Кравченко Т.С. Способи захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання: поняття та критерії вибору ефективного способу захисту. *Право і суспільство*. 2020. № 3. С. 89-95.

Наукові праці, які додатково відображають результати дисертації:

5. Коваль І., Кравченко Т. Підстави захисту ділової репутації суб'єктів господарювання. *Economic and law paradigm of modern society*. № 4. С. 62-68.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

6. Кравченко Т.С. Щодо співвідношення ділової репутації та гудвілу. Юридична наука і освіта у сучасних умовах: стан і перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої 35-річчю юридичного факультету (м. Вінниця, 18 травня 2018 року), ДонНУ імені Василя Стуса. 2018. С. 88-91.

7. Кравченко Т.С. Ділова репутація суб'єктів господарювання та об'єкти інтелектуальної власності: співвідношення і зв'язок. Одеські юридичні читання: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 9 листопада 2018 року). 2018. С. 51-53.

8. Кравченко Т.С. Методи оцінки ділової репутації суб'єктів господарювання. Закарпатські правові читання: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 11-13 квітня 2019 року). 2019. С. 43-49.

9. Кравченко Т.С. Щодо можливості передачі ділової репутації суб'єкта господарювання. Інтеграція юридичної науки і практики в сучасних умовах: міжнародна науково-практична конференція (м. Запоріжжя, 23-24 серпня 2019 року). 2019. С. 41-43.

10. Кравченко Т.С. Відшкодування немайнової шкоди як спосіб захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання. Правове забезпечення соціально-економічного розвитку: стан та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 35-річчю кафедри господарського права Донецького національного університету імені Василя Стуса (м. Вінниця, 11–12 жовтня 2019 року). Наук. ред. А. Г. Бобкова, А. М. Захарченко. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2019. С. 116-119.

11. Кравченко Т.С. Правомочність щодо використання ділової репутації суб'єктів господарювання. Правове забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, безпековий, інтелектуальний простір: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 23 квітня 2019 року). 2019. С. 151-154.

12. Кравченко Т.С. Вибачення як спосіб захисту права на ділову репутацію суб'єктів господарювання. Управління проектами. Ефективне використання результатів наукових досліджень та об'єктів інтелектуальної власності: збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Інтернет-міст КИЇВ-ДНІПРО» (17 квітня 2020 р.). Київ. 2020. С. 113-117.