

## Правове регулювання цифрової репутації бізнесу в умовах відкритих даних

**Сергій Вихрист**

*к.ю.н., доцент кафедри державно-правових дисциплін,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: SMVykhryst@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0002-3844-1165*

**Діана Шевченко**

*здобувач другого рівня вищої освіти «Магістр»,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: pr.diana.pr8@gmail.com,  
ORCID: 0009-0001-4441-100X*

У сучасному цифровому середовищі оцінювання діяльності підприємств дедалі більше ґрунтується на відкритих даних, що формує нове уявлення про ділову репутацію бізнесу в умовах цифровізації. У науковій літературі це поняття розглядається як результат взаємодії підприємства з інформаційним простором, у межах якого дані аналізуються та інтерпретуються цифровими системами. Зокрема, зазначається, що цифрова репутація залежить не лише від фактичних дій компанії, а й від способу обробки інформації про неї у цифровому середовищі, що дає підстави трактувати її як окремий об'єкт правового регулювання та фактор впливу на участь суб'єкта у господарських правовідносинах.

В Україні правові засади формування цифрової репутації визначаються режимом відкритих даних, закріпленим у статті 10-1 Закону України «Про доступ до публічної інформації» [1]. Закон встановлює вимоги до формату, відкритості, оновлення та придатності інформації до автоматизованої обробки, а також умови її повторного використання з обов'язковим зазначенням джерела. Завдяки цьому створюється можливість формування цифрової репутації на основі офіційних і юридично визначених відомостей, що забезпечує нормативне підґрунтя для роботи з відкритими даними.

Наявність законодавчо врегульованого доступу до публічної інформації зумовила активний розвиток аналітичних платформ, серед яких особливо поширеними є Opendatabot, Clarity Project, VkursiPro та Nomis. Ці сервіси формують цифрові профілі підприємств на основі інформації з державних реєстрів, включаючи судові рішення, відомості про структуру власності, фінансову звітність, податкові показники та корпоративні зміни. Отримані профілі широко використовуються фінансовими установами, інвесторами та потенційними партнерами для проведення попередньої перевірки суб'єктів господарювання перед укладенням договорів, що підтверджується аналітичними оглядами цих ресурсів [2, с. 347].

У договірній практиці цифрові профілі підприємств дедалі частіше застосовуються як інструмент оцінювання потенційних контрагентів. Водночас такі профілі не мають статусу офіційного юридичного документа, тому рішення про співпрацю інколи приймаються на основі неповних або недостовірних

даних, що створює ризики у сфері господарських правовідносин [3].

Проблемність цифрової репутації пов'язана і з тим, що інформаційні системи можуть спиратися на застарілі дані. У наукових дослідженнях наголошується, що алгоритмічні механізми не завжди здатні врахувати правовий контекст, через що формуються хибні або упереджені висновки щодо діяльності підприємства, що негативно впливає на його господарську діяльність.

Соціальний вимір цифрової репутації пов'язаний зі швидким поширенням інформації в інтернеті, зокрема негативного змісту. Значна кількість негативних згадок або коментарів може створювати ефект масового суспільного тиску навіть за відсутності юридичних підстав для негативної оцінки. За таких умов цифрова репутація формує сприйняття підприємства споживачами та партнерами і здатна спричинити суттєві економічні наслідки.

Аналіз фахової літератури та чинного законодавства дає підстави стверджувати, що цифрова репутація є складним правовим явищем, формування якого потребує окремого нормативного врегулювання. Перспективними напрямками у сфері створення процедур перевірки достовірності репутаційних відомостей, механізмів спростування недостовірної інформації та визначення відповідальності за її поширення. Такий підхід сприятиме підвищенню правової визначеності та формуванню прозорого цифрового середовища для суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** цифрова репутація; відкриті дані; правове регулювання; господарські правовідносини.

### Список використаних джерел

1. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. : Відомості Верховної Ради України. 2011. № 32. Ст. 314.
2. Коржевський І. Використання відкритих джерел інформації для вивчення ділової репутації суб'єктів господарювання: вітчизняний досвід. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. 2024. Т. 324, № 6. С. 340-349. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-324-6-55>
3. Алькема В. Стратегії формування ділової репутації промислових підприємств в умовах цифровізації. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. DOI: : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-152>