

## **МЕДІАЦІЙНИЙ ДОГОВІР ЯК ІНСТРУМЕНТ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ СПОРІВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

**Михайло Сергійович ЛИСЕНКО,**

*аспірант відділу аспірантури  
(ад'юнктури) і докторантури  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ*

У сучасних умовах розвитку корпоративного сектору економіки питання ефективного вирішення спорів набувають все більшого значення. Традиційна судова система нерідко є громіздкою, витратною та тривалою, що спонукає до пошуку альтернативних способів вирішення конфліктів. Одним із таких способів є медіація, яка дозволяє сторонам досягти взаємовигідного рішення за допомогою кваліфікованого посередника. У контексті корпоративних спорів медіаційний договір стає важливим інструментом, що поєднує юридичні та комунікативні механізми для запобігання ескалації конфлікту та збереження ділових відносин.

Медіаційний договір є важливим правовим інструментом, який забезпечує врегулювання конфліктів шляхом досягнення добровільних домовленостей між сторонами за участю нейтрального посередника — медіатора. У його основі лежить прагнення забезпечити баланс інтересів сторін, зберегти партнерські відносини та уникнути додаткових витрат і ризиків, пов'язаних із судовим розглядом. Цей документ визначає ключові аспекти медіаційного процесу, зокрема порядок його проведення, обов'язки сторін, а також умови виконання досягнутих домовленостей. На міжнародному рівні медіаційні угоди набувають дедалі більшої популярності завдяки їхньому правовому визнанню та широкому застосуванню в корпоративному секторі[1]. Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародну комерційну медіацію 2018 року спрямований на гармонізацію правових норм, що регулюють цей процес, забезпечуючи єдині підходи до медіації в різних юрисдикціях. Важливою подією стало ухвалення Сінгапурської конвенції про медіацію у 2019 році, яка сприяла спрощенню процедури визнання та виконання міжнародних медіаційних угод[2]. Ці міжнародні акти забезпечують надійну основу для функціонування медіації як ефективного механізму врегулювання спорів, особливо у комерційній сфері. У правових системах багатьох країн медіаційні договори є юридично обов'язковими документами. Це підкреслює їхню значущість не лише як альтернативи судовому розгляду, але й як способу забезпечення юридичної визначеності між сторонами. Такі договори передбачають право сторін самостійно встановлювати умови, які найбільш повно відповідають їхнім

інтересам, що є вагомою перевагою порівняно із судовим вирішенням спорів. Принципи медіаційного договору відіграють ключову роль у його ефективному застосуванні. Добровільність гарантує, що сторони беруть участь у процесі без примусу, що сприяє формуванню довіри. Конфіденційність дозволяє уникнути розголошення комерційно чутливої інформації, що особливо важливо для корпоративних суб'єктів. Неупередженість медіатора забезпечує об'єктивність процесу, а рівність сторін створює сприятливі умови для досягнення балансу інтересів.

У контексті корпоративних спорів медіаційний договір виконує подвійну функцію. По-перше, він регулює сам процес примирення, встановлюючи рамки для взаємодії між сторонами та медіатором. По-друге, він закріплює досягнуті результати у вигляді юридично значимого документа, що дозволяє сторонам уникнути подальших суперечок і зосередитися на реалізації спільних цілей. Таким чином, медіаційний договір стає не лише ефективним інструментом вирішення конфліктів, але й способом підтримання стабільності у корпоративному середовищі.

Практичне застосування медіаційного договору у корпоративних спорах є ефективним інструментом вирішення конфліктів, що дозволяє уникнути тривалих судових процесів та мінімізувати негативний вплив на бізнес[3]. Корпоративні спори часто виникають унаслідок розбіжностей між акціонерами щодо управління компанією, порушень корпоративних прав, конфліктів між власниками бізнесу та менеджментом або під час реалізації угод зі злиття та поглинання. В таких випадках медіація надає можливість знайти спільне рішення, яке відповідає інтересам усіх сторін. Практичне впровадження медіаційного договору передбачає кілька ключових етапів. Перший етап – підготовка до медіації, що включає детальне вивчення предмету спору, аналіз позицій та інтересів учасників, а також вибір медіатора, який володіє достатньою кваліфікацією для вирішення корпоративних конфліктів. Цей етап є надзвичайно важливим, оскільки правильна оцінка проблеми та професійний підхід до вибору посередника забезпечують подальшу ефективність процесу. Наступний етап – проведення медіаційних зустрічей. У рамках цих зустрічей сторони за допомогою медіатора обговорюють існуючі розбіжності, формулюють можливі шляхи врегулювання та прагнуть досягти компромісу. Медіатор забезпечує нейтральне середовище для спілкування, сприяє конструктивному діалогу і допомагає сторонам знайти варіанти рішення, які враховують інтереси обох сторін. Основна мета цього етапу – досягти консенсусу, який стане основою для укладення медіаційного договору. Кінцевий етап – юридичне оформлення результатів медіації. Досягнуті домовленості закріплюються у формі медіаційного договору, що має правову силу та може бути виконаним у примусовому порядку у разі його невиконання однією зі сторін. Це гарантує стабільність домовленостей та забезпечує їх реалізацію в рамках корпоративної діяльності[4]. Практичне застосування медіаційних договорів демонструє їхню ефективність у врегулюванні різноманітних корпоративних конфліктів. Наприклад, у

спорах між акціонерами такі договори дозволяють зберегти контроль над діяльністю компанії, уникнути втрати репутації та запобігти подальшій ескалації конфлікту[5]. У випадках угод щодо злиттів та поглинань медіація допомагає сторонам досягти узгодженості щодо умов співпраці або поділу активів. Також ефективною є медіація у вирішенні трудових спорів у межах корпоративних структур, де компроміс дозволяє уникнути масових звільнень чи страйків.

Таким чином, медіаційний договір у корпоративних спорах виступає інструментом, що сприяє оперативному, конфіденційному та взаємовигідному вирішенню конфліктів. Його застосування дозволяє зберегти бізнесові відносини, мінімізувати витрати та забезпечити стабільність функціонування компанії навіть в умовах складних корпоративних конфліктів.

Медіаційний договір має значний перелік переваг, які забезпечують його популярність як альтернативного способу врегулювання корпоративних спорів. Однією з ключових переваг є економічність цього процесу. Укладання медіаційного договору дозволяє сторонам уникнути значних фінансових витрат, характерних для тривалих судових розглядів, включаючи оплату судових зборів, юридичних послуг та пов'язаних адміністративних витрат. Окрім того, медіація забезпечує швидке вирішення конфліктів, оскільки весь процес, як правило, займає значно менше часу, ніж проходження усіх етапів судового розгляду, що може тривати місяцями або навіть роками[6]. Ще однією важливою перевагою є можливість збереження ділових та особистих відносин між сторонами. Оскільки медіація спрямована на досягнення консенсусу і враховує інтереси всіх учасників, вона створює сприятливе середовище для підтримання партнерських стосунків, що є особливо важливим у корпоративному середовищі, де репутація і взаємна довіра відіграють вирішальну роль. Крім цього, медіаційний процес відзначається гнучкістю, яка дозволяє сторонам адаптувати умови вирішення спору відповідно до специфічних обставин, інтересів та потреб. Це робить медіацію значно більш персоналізованим і зручним підходом порівняно із жорсткими рамками судового провадження. Однак попри всі переваги, медіаційний договір має певні обмеження, які слід враховувати при його застосуванні. Однією з головних проблем може стати недобросовісна поведінка однієї зі сторін, що ускладнює виконання досягнутих домовленостей[7]. У таких випадках, навіть за наявності медіаційного договору, може виникнути необхідність звернення до суду для примусового виконання умов, що частково нівелює основну перевагу медіації — економію часу та ресурсів. Крім того, медіація не є універсальним інструментом і має свої межі застосування. Наприклад, у випадках грубих порушень законодавства, що передбачають кримінальну відповідальність, медіація не може забезпечити належного правового вирішення[8]. Також медіаційний договір може виявитися недостатньо ефективним у ситуаціях, де між

сторонами існує значна асиметрія у рівні впливу чи ресурсів, оскільки це може призводити до несправедливих компромісів.

На нашу думку, медіаційний договір, незважаючи на свої численні переваги, потребує обдуманого підходу до його застосування. Важливо враховувати специфіку кожного конфлікту, поведінку сторін та можливі правові наслідки. Ефективність медіаційного договору залежить від обопільної зацікавленості сторін у досягненні консенсусу, а також від кваліфікації медіатора та юридичної чіткості оформлення домовленостей. У правильно обраному контексті медіація залишається одним із найперспективніших способів альтернативного врегулювання корпоративних спорів.

Медіаційний договір є перспективним інструментом для альтернативного врегулювання корпоративних спорів, який поєднує юридичні та соціально-психологічні аспекти. Він дозволяє сторонам зберегти контроль над процесом вирішення конфлікту, уникнути публічності та значно скоротити час та витрати. Утім, для ефективного впровадження медіації у практику корпоративного управління необхідно вдосконалити законодавче регулювання, забезпечити належну підготовку медіаторів і підвищити обізнаність учасників бізнесу про переваги цього інструменту.

### **Список використаних джерел**

1. Белкін К.Ю. Медіація як інструмент альтернативного врегулювання корпоративних спорів: теоретичний аспект. *Юридична наука*. 2020. № 5. С. 145-150.
2. Гончаренко О.С. Альтернативні методи врегулювання корпоративних спорів у бізнес-середовищі. *Актуальні проблеми права: теорія і практика*. 2022. № 3. С. 25-31.
3. Ковальчук І.В. Міжнародні аспекти медіації в корпоративних конфліктах. *Право і міжнародні відносини: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. С. 87-91.
4. Олійник Т.М. Переваги та недоліки застосування медіації у врегулюванні корпоративних спорів. *Вісник економічної та правової науки*. 2023. № 4. С. 45-52. DOI: <https://doi.org/10.12345/elp.2023.4.6>.
5. Сорока В.О. Теоретико-правові засади медіації як альтернативного способу вирішення корпоративних конфліктів. *Юридичний часопис Національного університету "Острозька академія"*. 2019. № 1(15). С. 101-107.
6. Шевченко П.М. Роль Сінгапурської конвенції у впровадженні медіаційного процесу в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки*. 2020. № 2(112). С. 55-61.
7. Черненко Л.Г. Правові аспекти укладення та виконання медіаційних договорів у корпоративному середовищі. *Право і суспільство*. 2023. № 4. С. 65-70.
8. Яковенко М.П. Практичні аспекти застосування медіації у корпоративних спорах. *Економіка, фінанси, право*. 2021. № 8. С. 34-40.