

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Щербакова Дарья Александровна

магистрант, Дальневосточный государственный университет путей сообщения, РФ, г. Хабаровск

Legal nature of business reputation

Daria Shcherbakova

graduate student Far Eastern State University, Russia, Khabarovsk

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются особенности нормативно-правового регулирования и защиты деловой репутации в Российской Федерации. Происходит анализ пробельности данных актов регуляции, а также предлагается новаторский взгляд на усовершенствования нормативной базы по данному вопросу.

Abstract. This article discusses the features of legal regulation and protection of business reputation in the Russian Federation. The analysis of omissionship these acts of regulation, and proposes an innovative perspective on improving the regulatory framework on this issue.

Ключевые слова: деловая репутация; Гражданский кодекс Российской Федерации; защита деловой репутации; возмещение вреда.

Keywords: business reputation; Civil code of the Russian Federation; protection of business reputation; compensation of harm.

Не соответствующие действительности сообщения о финансовой нестабильности бизнеса, нарушении компанией или индивидуальным предпринимателем требований законодательства или правил деловой этики могут надолго подорвать доверие клиентов и партнеров.

В этой связи нужно определить, что деловая репутация физических и юридических лиц подлежит правовой охране наравне с честью и достоинством граждан. Причем за последние годы механизм судебной защиты деловой репутации стал использоваться чаще, что,

несомненно, является значительным шагом на пути к построению цивилизованного бизнес-сообщества (согласно статистике Верховного суда Российской Федерации, в 2017 году количество дел о защите деловой репутации, рассмотренных судами, возросло на 14,8 % по сравнению с 2016 годом) [9].

Нормы, направленные на защиту деловой репутации предусмотрены как в уголовном, так и в гражданском праве. Однако в противовес исключительно карательным санкциям уголовного права, гражданско-правовые меры ответственности носят компенсаторный характер, то есть направлены на восстановление нарушенного права и возмещение причиненного ущерба, что более актуально для субъектов экономической деятельности.

Основная сложность при реализации процедуры судебной защиты деловой репутации заключается в том, что данная категория дел часто переоценивается истцами (лицами, чья деловая репутация была умалена) с точки зрения перспективы удовлетворения иска и размеров компенсации морального (нематериального) вреда и возмещения убытков. Это связано с тем, что, несмотря на очевидность и близость каждому предпринимателю понятия «деловая репутация», законодательное регулирование в этой сфере содержит определенные нюансы, которые необходимо учитывать при обращении в суд.

Обращаясь к понятию «деловая репутация» необходимо отметить, что несмотря на отсутствие в законодательстве соответствующего определения, в доктрине и судебной практике оно сформировалось и может считаться устоявшимся.

В законодательстве Российской Федерации понятия «репутация» и «деловая репутация» не раскрываются.

В цивилистике существуют две основные концепции понимания правовой природы деловой репутации юридического лица. Суть данных концепций заключается в том, что деловая репутация юридического лица рассматривается в теории, с одной стороны, как имущество, а с другой, - как нематериальное благо.

Если рассматривать деловую репутацию как имущество, то её имущественный характер проявляется прежде всего в том, что подобное благо может иметь денежную оценку и передано другому субъекту. Данное положение находит свое законодательное закрепление в п. 2 ст. 1027 ГК РФ о договоре коммерческой концессии и в содержании п. 1 ст. 1042 ГК РФ, в котором закреплена возможность передавать деловую репутацию во вклад [1]. Из анализа данных статей следует, что в ст. 1027 ГК РФ деловая репутация представляет собой материально отчуждаемый объект, а в ст. 1042 ГК РФ деловая репутация представлена в роли имущества, выступая предметом договорного обязательства.

В ч. 1 ст. 150 ГК РФ в перечень нематериальных благ, которые принадлежат гражданину от рождения или в силу закона, входит и деловая репутация. При этом законодатель, приводя данный перечень, указывает на неотчуждаемость и непередаваемость нематериальных благ. Кроме того, согласно ст. 128 ГК РФ нематериальные блага относятся к объектам гражданских прав, но не входят в состав имущества [2]. В данном случае, деловая репутация, несмотря на то, что может иметь имущественную окраску и выступать в роли товара, представляет собой нечто вроде актива, который не может быть передан в отдельности.

Рассмотрим несколько подходов к данным дефинициям.

Деловая репутация, по мнению А.М. Эрдлевского, это выраженная в общественном мнении оценка деловых качеств лица [8]. Причем под деловыми, автор понимает те качества, которые обеспечивают самостоятельное осуществление или участие в деятельности, нацеленной на удовлетворение потребностей общества. А также отмечает, что юридическое лицо и образуется для участия в деловых отношениях, следовательно, любые его качества – деловые.

С.И. Ожегов в Толковом словаре русского языка определяет, что «деловой» – есть относящийся к работе, служебной или общественной деятельности. То есть деловая – это такая репутация, которая имеет отношение к какой-либо деятельности лица, будь то профессиональная, служебная, общественная или иная социально-значимая деятельность [6].

В.В. Килинкарров пишет: деловая репутация – есть профессиональное «я» лица, сумма его положительных и отрицательных свойств, которое отражено в мнении общества [6].
О.Ш. Аюпов понимает деловую репутацию, как «образ». Так, по мнению автора, деловая репутация есть образ, который сложился в процессе оценки качеств лица [3].

А.П. Сергеев в своей работе пишет, что деловая репутация – это мнение о лице, сложившееся в результате оценки его профессиональных качеств. При ознакомлении с таким достаточно кратким определением можно сделать ошибочный вывод о том, что деловой репутацией обладают только физические лица, так как именно они могут иметь профессиональные качества, а юридические лица оцениваются как участники делового оборота [7].

З.В. Каменева более широко определяет деловую репутацию и считает, что в широком смысле под деловой репутацией понимается оценка обществом профессиональных, должностных качеств физических и юридических лиц, не зависимо от участия в деловом (предпринимательском) обороте, а в узком – оценка деловых качеств участников именно делового оборота.

Понятие «деловая репутация» содержится в законодательстве, но не раскрывается. Этот термин среди прочих указан в статье 150 ГК РФ, которая носит название нематериальные блага и содержит их неисчерпывающий перечень. То есть, законодатель относит деловую репутацию к числу нематериальных благ.

Нематериальные блага, согласно статье 128 ГК РФ, являются объектами гражданских прав. Под благом, в доктрине, понимается объект правоотношений, то есть ценности, по поводу которых складывается поведение участников правоотношения, границы которого определяются их правами и обязанностями или все, что может удовлетворить потребности субъекта права. В ГК РФ выделяются два вида благ: материальные и нематериальные.

Нематериальные – блага неэкономического характера, неразрывно связанные с личностью, непередаваемы и неотчуждаемы.

Однако, не все ученые согласны с законодателем. Многие из них отмечают особенности деловой репутации, которые отличают ее от других нематериальных благ. А именно: отчуждаемость и оцениваемость.

Так, под деловой репутацией понимается сложившееся общественное мнение о профессиональных качествах лица. Деловая репутация представляет собой нематериальное благо и принадлежит физическому лицу с момента рождения, юридическому лицу — с момента его образования.

При проведении анализа правовой природы и определения понятия «деловая репутация», сделан вывод, что деловая репутация является нематериальным благом и предложено следующее определение: деловая репутация – это сложившееся общественное мнение, в котором выражена оценка деловых качеств лица, то есть таких качеств, которые имеют отношение к какой-либо его социально-значимой деятельности.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием от 12 дек. 1993 г.: (с учетом поправок от 21 июля 2014 г. № 11 – ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 07.02.2017 года) // Справочная правовая система «Консультант плюс».
3. Аюпов О.Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс]: дис. ... канд. юрид. наук / О.Ш. Аюпов. – Томск, 2013. – 224 с. – Электрон.версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

4. Каменева З.В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. – 2014. – № 5. – С. 19 22.

5. Килинкаров В.В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: дис. ... канд. юрид. наук / В.В. Килинкаров. – С.-Петербург, 2011. – 204 с. – Электрон.версия печат. публ. – Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

6. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: ИТИ Технологии, 2003. – 939 с.

7. Сергеева А.П. Право на защиту репутации. Л.: Знание, 1989. С. 24; Анисимов А.Л. Честь, достоинство, деловая репутация: гражданско-правовая защита. М.: Юрист, 1994. С. 29.

8. Эрделевский А.М. Об изменениях в способах защиты личных неимущественных благ // Хозяйство и право. – 2013. – № 11. – С. 24 31.

9. Судебный департамент Верховного суда РФ //

<http://www.cdep.ru/index.php?id=79> (Дата обращения 02.05.2018 г.)