

Чернущ Надежда Юльевна

канд. юрид. наук, старший научный сотрудник

ФГБУН «Институт философии и права»

Сибирского отделения Российской академии наук

Сибирский институт управления ФГБОУ ВО «Российская академия

народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

г. Новосибирск, Новосибирская область

DOI 10.31483/r-75143

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ

***Аннотация:** в статье рассматриваются отличительные признаки деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Отмечается, что деловая репутация формируется в процессе осуществления ее обладателем предпринимательской деятельности, поэтому деловая репутация зависит от сложившегося мнения о качестве, достоинствах и недостатках производимой предпринимателем продукции. Деловая репутация наряду с персонификацией юридического лица приводит к созданию его уникального индивидуализирующего образа, иными словами, деловая репутация представляет собой отражение деловых качеств лица в сознании общества и оценку обществом этих качеств.*

***Ключевые слова:** деловая репутация, предпринимательская деятельность, нематериальные блага, право на защиту, защита деловой репутации.*

В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» Верховный Суд Российской Федерации обратил внимание на существование особенного нематериального блага субъектов предпринимательской деятельности. Согласно п. 1 постановления, право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц – одним из

условий их успешной деятельности. На сегодняшний день в цивилистической доктрине и правоприменительной практике не выработано единого подхода к определению понятия и юридической сущности категории деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Известные подходы к определению деловой репутации не позволяют исследователям прийти к консенсусу по ряду вопросов. Так, Ю.А. Тарасенко определяет деловую репутацию как общественную оценку деловых и профессиональных качеств конкретного лица, имеющую позитивный характер [1, с. 903]». Н.Ю. Никуличева – как общественную оценку деловых качеств субъекта [6, с. 13]. Г.Ю. Мордохов считает, что деловая репутация не может оцениваться исключительно позитивно. Позитивная или положительная деловая репутация в сфере предпринимательской деятельности, в отличие от чести и достоинства гражданина, не презюмируется, поскольку она не принадлежит субъекту с рождения, а появляется и формируется в результате осуществления субъектом предпринимательской деятельности какой-либо деятельности, и в зависимости от порядка осуществления честной и добросовестной деятельности, деловая репутация принимает либо позитивный, либо негативный характер [5, с. 27].

Полагаем, что отсутствие единого подхода к определению деловой репутации, связано, прежде всего, с тем, что до настоящего времени не существует легального определения понятия деловой репутации. При этом термин «деловая репутация» нередко встречается в нормативно-правовых актах, приобретая различные смысловые значения, которые придает данному понятию контекст. Так, в п. 1 ст. 151 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) деловая репутация отнесена к категории нематериальных благ, которые, согласно ст. 150 ГК РФ являются неотчуждаемыми и непередаваемыми. В то же время, согласно ст. 128 ГК РФ, нематериальные блага являются объектами гражданских прав, которые, исходя из содержания статей 1027 и 1042 ГК РФ, уже не носят неотчуждаемый и непередаваемый характер. Деловая репутация способна выступать объектом оценки. Так, для целей бухгалтерского учета стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между

покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения) (п. 42 Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) (утв. приказом Минфина России от 27.12.2007 №153н)).

Таким образом, исходя из содержания законодательства о деловой репутации, следует отметить двойственный характер деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, которая является не только нематериальным благом, но и содержит имущественную составляющую, позволяющую передавать деловую репутацию, оценивать и отражать в бухгалтерском учете для целей налогообложения.

Положения законодательства о деловой репутации позволяют выделить основные признаки, присущие рассматриваемому понятию. Итак, деловая репутация представляет собой разновидность более общей категории – репутации. Это означает, что деловая репутация формируется в процессе осуществления предпринимательской деятельности. Кроме того, под деловой репутацией понимается сложившееся в обществе мнение о качестве, достоинствах и недостатках, отождествляемое с деятельностью субъекта-предпринимателя. Деловая репутация наряду с персонификацией юридического лица, приводит к созданию его уникального индивидуализирующего образа, иными словами, деловая репутация представляет собой отражение деловых качеств лица в сознании общества и оценку обществом этих качеств. Также следует указать на информационную составляющую деловой репутации, которая заключается в том, что деловая репутация несет в себе доступную для третьих лиц информацию о деловом потенциале субъектов предпринимательской деятельности.

Помимо самостоятельного объекта гражданских прав, сочетающего в себе нематериальную и имущественную составляющие, деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности представляет собой объект гражданско-правовой защиты. Под защитой субъективных гражданских прав принято понимать одно из правомочий субъективного гражданского права, которое заключается в

возможности применения в отношении правонарушителя мер принудительного воздействия [2, с. 212]. Некоторые исследователи отмечают также, что защита субъективного права является самостоятельным субъективным правом. О.С. Иоффе, М.Д. Шаргородский писали, что «право на защиту является самостоятельным гражданским правом, реализуемым в рамках охранительного правоотношения, появляющегося у правообладателя только в момент совершения правонарушения» [3, с. 230].

Таким образом, защита деловой репутации субъекта предпринимательской деятельности представляет собой самостоятельное субъективное гражданское право, предоставляющее своему обладателю совокупность правовых, экономических и иных мер, которые обеспечивают неприкосновенность деловой репутации обладателю права, а также возможность реализации указанным субъектом своего права на деловую репутацию. В объективном смысле право на защиту деловой репутации имеет охранительное воздействие, имеющее целью восстановить нарушенное право, компенсировать утраченный интерес, пресечь действия, препятствующие осуществлению права, обеспечить правопорядок.

Исходя из изложенного, можно сделать вывод о многообразии в подходах к определению понятий деловой репутации в сфере предпринимательской деятельности и защиты деловой репутации субъектами предпринимательской деятельности. Это обусловлено тем, что в российском законодательстве отсутствует легальное определение понятия деловой репутации, наличие в нем положений, позволяющих отнести деловую репутацию к особому объекту гражданских прав, существенно отличающегося от иных объектов. С одной стороны, деловая репутация связана с оценкой окружающими конкретного субъекта предпринимательской деятельности. Эта оценка основывается на информации о деятельности субъекта предпринимательской деятельности и формирует определенное устойчивое мнение о нем. С другой стороны, деловая репутация отождествляется законодателем с имуществом или объектом исключительных прав. Так, деловая репутация может быть вкладом в совместную деятельность участниками договора простого товарищества (п. 1 ст. 1042 ГК РФ). Договор коммерческой

концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя (п. 2 ст. 1027 ГК РФ).

Как отмечает З.В. Каменева, «из-за отсутствия единого понимания термина «деловая репутация» не обеспечивается равная защита права на деловую репутацию всем участникам гражданско-правовых отношений, а также возникают разночтения в правоприменительной практике» [4].

Полагаем, что деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности является особым объектом гражданских прав, сочетающим в себе нематериальный и имущественный элементы. Указанное обстоятельство позволяет деловой репутации одновременно являться нематериальным и имущественным благом. Содержание деловой репутации всегда определяется ее обладателем: он может быть заинтересован в развитии имущественной составляющей деловой репутации, в таком случае стоимость бизнеса определяется не только оценкой имеющегося у субъекта имущества. Деловая репутация как нематериальное благо позволяет обладателю реализовать право на защиту своей деловой репутации, если произошло распространение не соответствующих действительности порочащих деловую репутацию сведений (п. 1 ст. 152 ГК РФ).

Список литературы

1. Гражданское право: актуальные проблемы теории и практики / под общ. ред. В.А. Белова. – М., 2007. – 993 с.
2. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав / В.П. Грибанов. – Изд. 2-е, стер. – М.: Статут, 2001. – 411 с.
3. Иоффе О.С. Вопросы теории права / О.С. Иоффе, М.Д. Шаргородский. – М.: Юридическая литература, 1961. – 381 с.
4. Каменева З.В. Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. – 2014 – №5 // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс].
5. Мордохов Г.Ю. Деловая репутация: генезис, определение понятия, правовое регулирование / Г.Ю. Мордохов // Право и экономика. – 2017 – №8. – С. 26–32.

6. Никуличева Н.Ю. Право юридических лиц на деловую репутацию и ее гражданско-правовая защита: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Н.Ю. Никуличева. – Новосибирск, 2004. – 24 с.

7. Назипов И.Н. Понятие и значение защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности / И.Н. Назипов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/science/xlii/102631>