

УДК 347.1

*Мусалов М.А., кандидат юридических наук, доцент,
доцент кафедры «Гражданское право»
Дагестанского государственного университета народного
хозяйства
Россия, г. Махачкала*

К ВОПРОСУ О ЗАЩИТЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ.

Аннотация: В статье исследуется правовая природа права юридического лица на деловую репутацию, его защита, содержание и момент возникновения. Рассматриваются общественные отношения, складывающиеся в процессе защиты деловой репутации юридического лица, исследуются национальные нормативные правовые акты, регулирующие защиту деловой репутации, судебная практика по данному вопросу и научные исследования, посвященные деловой репутации и ее защите.

Ключевые слова: деловая репутация, репутационные риски, неимущественные блага, интеллектуальная деятельность, юридические лица.

*Musalov M., candidate of legal Sciences, associate Professor,
associate Professor of " Civil law»
Dagestan state University of national economy
Russia, Makhachkala*

**TO THE ISSUE OF PROTECTING THE BUSINESS REPUTATION OF
LEGAL ENTITIES**

Abstract: the article examines the legal nature of a legal entity's right to business reputation, its protection, content and time of occurrence. The article examines the social relations that are formed in the process of protecting the business reputation of a legal entity, examines national legal acts regulating the protection of business reputation, judicial practice on this issue, and scientific research on business reputation and its protection.

Keywords: business reputation, reputational risks, non-property benefits, intellectual activity, legal entities.

Современные преобразования в социально-экономической сфере России привели к тому, что немущественные (нематериальные) блага приобретают все большую ценность. К числу таких немущественных благ относят и деловую репутацию, в том числе деловую репутацию юридических лиц.

Деловая репутация служит признаком цивилизованных деловых отношений в развитом обществе, а положительная деловая репутация служит гарантией успешного развития предпринимательской деятельности, основными участниками которых на сегодняшний день являются именно юридические лица. Нельзя умалять значение репутационных рисков, существующих в предпринимательской деятельности. Действия, направленные на распространение заведомо не соответствующих действительности сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица, могут привести к долгосрочным неблагоприятным последствиям, финансовой нестабильности, значительно тормозить экономическое развитие предприятия.

В связи с этим возникает необходимость поиска наиболее оптимальных способов защиты деловой репутации юридических лиц.

Восстановление нарушенного права юридического лица на деловую репутацию и его защита, в т.ч. и судебная – основные начала частно-

правового регулирования и важнейшие принципы института гражданско-правовой ответственности. С одной стороны, нормы этого института призваны предупреждать совершение правонарушений в сфере нематериальных благ, а с другой - гарантировать справедливое восстановление нарушенных прав и обеспечение стабильности гражданских правоотношений.

Важную роль в решении этой задачи играет определенность в понимании сущности деловой репутации юридического лица и применении гражданско-правовых способов ее защиты. Однако такой определенности добиться на сегодняшний день не удается. По настоящее время доктриной гражданского права не выработано единое определение деловой репутации юридического лица, не определен перечень способов ее защиты.

Следствием наличия дискуссионных споров по данной проблеме среди представителей науки гражданского права является отсутствие единообразия в правоприменительной, в том числе и судебной, практике, что препятствует защите и восстановлению нарушенных прав юридических лиц в России.

Наша цель – комплексный анализ защиты деловой репутации юридического лица и поиск решений таких задач, как:

- раскрытие понятия деловой репутации;
- определение места деловой репутации среди объектов гражданских прав;
- исследование правовой природы права юридического лица на деловую репутацию, момент его возникновения и его содержания;
- проанализировать все, предусмотренные законом способы защиты деловой репутации, в том числе, опровержение порочащих сведений, право на ответ, удаление соответствующей информации и удаление

информации в сети «Интернет» возмещение убытков и компенсация репутационного вреда;

– раскрытие возможности и необходимость использования компенсации репутационного вреда, как одного из способов защиты деловой репутации.

В российском гражданском законодательстве не раскрывается понятие «деловая репутация». Нет единообразного подхода по данному вопросу и в доктрине гражданского права. Так, А.П. Сергеев указывает, что деловая репутация – это мнение о лице, сложившееся в результате оценки его профессиональных качеств[2, с.412].

По мнению А.М. Эрделевского, деловая репутация - это выраженная в общественном мнении оценка деловых качеств лица. 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[3, с.106]. Указанное мнение представляется наиболее верным.

Наиболее логичной представляется точка зрения, согласно которой 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 (служебной, профессиональной, общественной, производственной или иной).

Необходимо отметить, что юридическое лицо формирует и корректирует свою деловую репутацию собственными действиями. Более того, законодательство не запрещает лицу самостоятельно распространять информацию о себе, и в силу п. 5 статьи 10 Гражданского Кодекса Российской Федерации (–далее ГК РФ)[1] подобные действия

предполагаются добросовестными и разумными, пока не доказано обратное. Деловая репутация динамична, изменчива, подвержена повышениям и падениям. Она может быть и положительной, и отрицательной. И та, и другая находят свое отражение в финансовой деятельности юридического лица. Положительная выражается как надбавка к цене, а отрицательная – в виде скидки с цены для контрагента.

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. Специфика нематериальных благ состоит в том, что это блага неэкономического характера, неразрывно связанные с личностью, они непередаваемы и неотчуждаемы.

Следует отметить, что 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.

Отмечается, что деловая репутация, как нематериальный актив, может быть передана другому лицу по договору коммерческой концессии и простого товарищества (ст.ст. 1027,1042 ГК РФ).

Однако данная точка зрения не представляется верной. Деловая репутация неотделима от организации. Она не может быть самостоятельным объектом сделки, так как не является собственностью, ее невозможно купить или продать, обменять или подарить[5]. Рассмотренные положения законов предполагают неотчуждение самого блага, а его учет, передаваться в таком случае может только право на использование деловой репутации .

Помимо этого, отмечается еще одна особенность – деловой репутации может быть дана стоимостная оценка. Согласно пункту 1 статьи

1042 ГК РФ признаётся вкладом и все то, что товарищ вносит в общее дело, в т.ч. и репутация. Вклад товарища в денежном эквиваленте товарищи оценивают по соглашению (п. 2 этой же статьи). Более того, согласно Приказу Министерства Финансов РФ № 153н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» деловая репутация относится к нематериальным активам организации[4]. Для целей бухгалтерского учета стоимость деловой репутации с помощью расчетов определяется как «разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его приобретения». Следовательно, приблизительная стоимостная оценка деловой репутации возможна, то есть деловая репутация может быть выражена в денежном эквиваленте.

На основании выделенных особенностей встречаются следующие точки зрения относительно правовой природы деловой репутации:

– Деловая репутация является «нематериальным благом особого рода» – лично-имущественным. О.В. Карайчева считает, что у деловой репутации экономико-правовая природа. Она содержит в себе качества нематериальных благ (нематериальна, индивидуализирует лицо, имеет особенное основание возникновения), но не обладает нематериальным содержанием;

– Деловая репутация – объект, приравненный к результатам интеллектуальной деятельности. Вывод сделан на основании ее свойств, выделенных автором данной точки зрения А.А. Тимерхановым: имущественный характер, возможность ее предоставления третьим лицам для использования, а также схожести, взаимосвязи со средствами индивидуализации юридического лица, предприятий, товаров, работ, услуг;

– Деловая репутация «занимает промежуточное положение между нематериальными благами и объектами интеллектуальной собственности» (фирменное наименование, товарный знак и т.п.). И те, и другие индивидуализируют юридическое лицо, служат цели получения прибыли, а следствием посягательства на них являются отрицательные изменения в имущественном положении лица. Главное отличие в том, что существование деловой репутации не ограничивается ни временем, ни территорией, чего нельзя сказать об объектах интеллектуальной собственности;

– Юридическому лицу принадлежат два блага, которые связаны между собой и обозначены в законодательстве одним термином – деловая репутация. Первое благо – нематериальное, оно неотчуждаемое и нецениваемое. Второе – материальное, а именно производная от общественной оценки экономическая надбавка, которая обладает экономической природой и является денежным выражением ожидания оценки со стороны общества.

Анализируя вышеназванные мнения, можно сделать вывод, что, во-первых, деловая репутация, независимо от ее принадлежности, является благом. Во-вторых, в основе ее формирования лежат нематериальные факторы (общественное мнение). В-третьих, она, бесспорно, не имеет материального выражения. В-четвертых, деловая репутация не может существовать отдельно от юридического лица. В-пятых, она индивидуализирует лицо, с которым непосредственно связана. В-шестых, деловая репутация не принадлежит лицу на праве собственности и не может являться самостоятельным предметом сделки. И в-седьмых, ей присущи способы защиты нематериальных благ. То есть деловая репутация по своей правовой природе есть нематериальное благо.

Защиту деловой репутации юридического лица можно определить как законодательно закрепленные меры государственного принуждения,

которые направлены на пресечение противоправных действий и устранение их неблагоприятных последствий[7].

Исходя из анализа статьи 152 ГК РФ можно сделать вывод, что основанием возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица является наличие в совокупности следующих четырех условий: наличие факта распространения сведений; распространенные сведения должны иметь порочащий характер; распространенные порочащие сведения не должны соответствовать действительности; указанные сведения должны быть распространены третьим лицом.

Представляется необходимым более подробно рассмотреть каждый из названных условий далее.

1. Наличие факта распространения сведений.

Под распространением сведений следует понимать их сообщение одному, нескольким либо неопределенному кругу лиц в устной или письменной форме. Например, опубликование в печати, трансляция по телевидению или радио, изложение в публичных выступлениях, размещение в сети «Интернет».

В гражданском праве под сведениями следует понимать информацию об определенном лице, его качественных характеристиках, поступках, о произошедших с ним событиях, к которым применимы критерии истинности и ложности. При этом определить соответствуют ли данные сведения действительности порой бывает затруднительно, но вполне возможно .

От утверждений о фактах необходимо отличать оценочные суждения, под которыми понимается субъективное мнение третьего лица, выражающее его отношение к определенному объекту в целом, либо к его отдельным признакам.

Оценочное суждение не может нарушать право на деловую репутацию. Так как мнение не представляется возможным оценить с точки зрения истинности и ложности, оно не констатирует факт реальной действительности, а только выражает внутреннее отношение к чему – либо.

Оценочные суждения, мнения, убеждения могут быть оспорены в судебном порядке в рамках статьи 152 ГК РФ, только в случае, если они носят оскорбительный характер. Данное положение закреплено в Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации Президиума Верховного Суда РФ 16 марта 2016 г[8]

2. Распространенные сведения имеют порочащий характер.

К порочащим следует относить любые сведения, которые содержат отрицательную информацию правового или морального характера.

Российским законодателем не дан ответ на вопрос, как же распознать порочащие сведения, поэтому в каждом субъективном случае нужно учитывать реальные обстоятельства дела, в том числе информацию о лице как распространившем сведения, так и пострадавшем от соответствующих сведений, принимать во внимание нормы закона, а не субъективную оценку сведений самим потерпевшим .

Современная правоприменительная практика и научная правовая литература среди примеров сведений, порочащих деловую репутацию называет сведения, содержащие утверждения о недобросовестном поведении при реализации ее деятельности или о нарушении деловой этики, сведения, о том, что организация не соответствует обязательным требованиям необходимым для осуществления предпринимательской деятельности; ее деятельность не соответствует принятым стандартам; производимая продукция, оказываемые услуги, выполняемые работы имеют низкое качество; об отрицательном отношении со стороны организации к контрагентам или клиентам .

3. Распространенные порочащие сведения не соответствуют действительности.

В силу пункта 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24 февраля 2005 г. №3 сведениями, не соответствующими действительности, признаются сведения о фактах, событиях, которых в реальности во время, к которому относится оспариваемая информация, не было. Порочащими, не соответствующими действительности сведениями не могут признаваться также сведения, которые извлечены из официальных источников, а затем распространены в СМИ.

Лицу, распространившему оспариваемую информацию необходимо доказать ее достоверность, иначе оно подлежит ответственности.

4. Сведения распространены третьим лицом.

Указанные выше сведения должны быть распространены именно третьим лицом. Представляется верным утверждение А.П. Сергеева о том, что распространение любых сведений лицом о самом себе не может считаться обстоятельством, нарушающим условия объективности формирования мнения об этом лице.

Таким образом, необходимо повторно отметить, что основанием возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица служит юридический факт, а именно: распространение третьим лицом не соответствующих действительности порочащих сведений.

Опровержение сведений порочащих деловую репутацию юридического лица.

В научной литературе под способами защиты гражданских прав понимаются средства, установленные законом, посредством которых достигается предотвращение, пресечение, устранение выявленных нарушений прав, а также восстановление прав и (или) компенсация потерь, возникших в результате такого нарушения.

ГК РФ в части 2 статьи 150 установлено, что нематериальные блага защищаются в соответствии с ГК РФ и другими законами в случаях и в порядке, ими предусмотренных, а также в случаях и пределах, в каких использование способов защиты гражданских прав (статья 12 ГК РФ) вытекает из существа нарушенного нематериального блага или личного неимущественного права и характера последствий этого нарушения.

Вместе с тем, помимо общих способов защиты нарушенных прав, в том числе неимущественных, ГК РФ предусмотрены и специальные способы защиты деловой репутации, которые нашли свое отражение в статье 152 ГК РФ. Особенностью применения таких способов в отношении юридического лица является неприменение компенсации морального вреда.

Среди способов защиты деловой репутации первым указано опровержение. Данный способ является наиболее часто применяемым .

Указанный способ защиты направлен на восстановление деловой репутации, существовавшей до посягательства, вследствие которого произошло ее умаление. Опровержение связано с воздействием на общество в целях реабилитации пострадавшего лица. Суть такого способа защиты заключается в том, что при доказанности факта распространения не соответствующих действительности порочащих сведений, у лица, их распространившего, возникает обязанность их опровергнуть тем же способом, каким такое лицо их распространило. Нельзя не согласиться с распространенным в доктрине мнением о низкой эффективности опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений, как способа защиты деловой репутации. В подтверждение можно указать следующее:

– с опровержением могут ознакомиться не все лица, среди которых были распространены ложные сведения;

– опровержение может не переубедить общество о сложившемся мнении об опороченном лице:

– опровержение не принесет дополнительные возможности пострадавшему лицу воздействовать на общество в целях реабилитации своей деловой репутации ;

– в случае рассмотрения дела о защите деловой репутации в судебном порядке и удовлетворения иска, опровержение будет дано по истечении длительного периода времени и может утратить свою актуальность.

Конечно, данные выводы не свидетельствуют о необходимости отказа от опровержения, но приводят к мысли, что более эффективным будет опровержение, основанное на судебном решении, а его текст должен быть опубликован в известном СМИ, уровень которого должен зависеть от масштаба распространения сведений (уровень муниципального образования, субъекта Российской Федерации, Российской Федерации).

Пунктом 2 статьи 152 ГК РФ предусмотрен такой способ защиты деловой репутации от порочащих сведений, распространенных в СМИ, как опубликование своего ответа в тех же СМИ.

На основе анализа научной литературы и правоприменительной практики можно выделить следующие особенности данного способа правовой защиты:

1. Для использования права на ответ предусмотрено больше оснований чем для возможности предъявить требование об опровержении, то есть сфера применения первого шире.

2. Ответ публикуется от имени лица, в отношении которого были распространены оспариваемые сведения, а опровержение – от имени редакции СМИ

3. В случае опубликования опровержения редакция СМИ признает факт нарушения права на деловую репутацию. После этого лицо, в

отношении которого были распространены порочащие сведения, имеет право требовать, например, возмещения убытков. В случае применения права на ответ, последующее право не возникает.

4. Предъявить требование об опубликовании ответа возможно лишь к редакции СМИ, а требование об опровержении и к иным субъектам.

5. В опровержении указываются те сведения, которые признаны ложными, ответ же может быть шире, а может и вообще не ставить перед собой цель указать такие сведения. Автор ответа может только описать свое мнение, отношение к сложившейся ситуации.

Целью использования такого способа защиты можно назвать устранение искажения надлежащей информации о лице и изложение потерпевшим своего мнения. Данный способ защиты направлен на восстановление нарушенного права.

В силу пункта 4 статьи 152 ГК РФ следующим способом защиты деловой репутации юридического лица является удаление информации, которая содержит порочащие сведения. А также в случаях, когда такое удаление не представляется возможным без уничтожения экземпляров материальных носителей, которые содержат соответствующие сведения – запрещения или пресечения распространения таких сведений посредством уничтожения экземпляров материальных носителей без компенсации. Такой способ защиты подлежит применению, когда порочащие деловую репутацию сведения приобрели широкую известность и при этом опровержение довести до всеобщего сведения не представляется возможным. Удаление соответствующей информации осуществляется по судебному решению[5, с.105].

Аналогичным способом защиты деловой репутации является удаление информации в сети «Интернет», который стал актуальным ввиду того, что многомиллиардное население Земли активно ежедневно активно использует этот источник получения информации.

Наряду с опровержением или опубликованием ответа юридическое лицо может предъявить требование о возмещении убытков, причиненных распространением недостоверных порочащих сведений.

Деловая репутация, как было отмечено ранее, относится к нематериальным активам юридического лица, включается в состав его имущества и может быть выражена в денежном эквиваленте. Посягательство на деловую репутацию и ее умаление влечет ухудшение имущественного положения организации, следовательно, может рассматриваться как реальный ущерб. Это не исключает того, что умаление деловой репутации может повлечь и упущенную выгоду. Убытки юридического лица, вызванные умалением его деловой репутации, могут возникнуть в результате снижения количества продаж реализуемых на рынке товаров, оказываемых услуг, выполняемых работ; отказа контрагентов от исполнения договоров и т.д.

Таким образом, при посягательстве на деловую репутацию возможно полное возмещение убытков в денежной форме, размер которых должен быть доказан с помощью конкретных расчетов. Однако вследствие того, что обосновать точный размер убытков достаточно сложно, данный способ защиты деловой репутации применяется достаточно редко.

Доктрина гражданского права под репутационным вредом понимает отрицательные последствия посягательства на деловую репутацию юридического лица, вследствие чего было сформировано отрицательное мнение о данном юридическом лице со стороны общества.

Говоря о самом противоречивым способе защиты деловой репутации, согласно общепризнанному в доктрине мнению, необходимо отметить, что возмещение вреда, причиненного нематериальным благам, носит компенсаторный характер. То есть вред, причиненный нарушением неимущественных прав, может лишь компенсироваться, но не возмещаться. К сожалению, такой способ защиты в настоящее время не

закреплен в российском законодательстве, к сожалению, имеет место пробел в праве.

Возможность юридического лица требовать компенсацию репутационного вреда должна быть законодательно закреплена. Помимо закрепления самой возможности, необходимо выработать критерии и способы определения ее размера.

Несмотря на существующие дискуссии такой способ защиты, как компенсация репутационного вреда необходим юридическому лицу. Его закрепление в законодательстве прекратит существующие разногласия и урегулирует спорные вопросы.

Проблема защиты деловой репутации юридических лиц остается одной из центральных проблем в современном мире. Интерес к ней вызван постоянно развивающимися технологиями, возможностями быстрого и глобального распространения и поиска информации. Но так как существует право на деловую репутацию такие права и свободы, как свобода слова, гласность не будут безграничны. В таких условиях государство должно стремиться обеспечить надлежащую защиту каждому лицу.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (Актуальная редакция ГК РФ от 03.08.2018 с изменениями, вступившими в силу с 01.09.2018) // «Собрание законодательства РФ», 05.12.1994, N 32
2. Гражданское право : учебник в 3 т. / Е. Н. Абрамова [и др.] ; под ред. А. П. Сергеева. М. : РГ–Пресс, 2011. Т. 1. С. 419.
3. Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. 3–е изд., испр. и доп. М.: ВолтерсКлувер, 2004. С. 146.

4. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) [Электронный ресурс] : приказ Министерства финансов Рос. Федерации от 27 дек. 2007 г. № 153н : (ред. от 06 апр. 2015 г.) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. Версия Проф. Электрон.дан. М., 2015. -Режим доступа (дата обращения: 25.11.2018 г.)

5. Ульянова О.А. Деловая репутация юридического лица в российском гражданском праве: понятие и отличительные черты // Молодой ученый. 2015. № 9. С. 893.

6. Килинкаров В. В. Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] :дис. ... канд. юрид. наук / В. В. Килинкаров. С. –Петерб., 2011. С. 19 – 20. Электрон.версия печат. публ. Доступ из «Электронная библиотека: Диссертации».

7. Потякина С. В. Некоторые особенности судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] // SCI – ARTICLE.RU. Электрон.дан. [Б. м.], 2015. URL: <http://sci – article.ru>. (дата обращения: 25.11.2018).

8. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда Рос. Федерации 16 марта 2016 г. // КонсультантПлюс : справ.правовая система. Версия Проф. Электрон. дан. М., 2016. (дата обращения: 25.11.2018)