

Формирование и защита деловой репутации участников коммерческой деятельности

А. В. Тимофеева

аспирант кафедры гражданско-правовых дисциплин
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Timofeeva.av@rea.ru

А. И. Хотин

магистрант 2-го курса факультета экономики и права РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Azimuth.kai@gmail.com

Formation and Protection of Business Reputation of Participants in Commercial Activities

A. V. Timofeeva

Post-Graduate Student of the Department of Civil Legal Disciplines of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Timofeeva.av@rea.ru

A. I. Khotin

Master of the Second Year of the Faculty of Economics and Law of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Azimuth.kai@gmail.com

Аннотация

В условиях перехода от индустриального к информационному (постиндустриальному) обществу как никогда ранее возросла роль информации, в связи с чем на законодательном уровне было закреплено право на получение информации и право на свободу слова. Вместе с тем одной из главных и социально значимых является информация о личности, находящейся в социуме, о ее качествах, свойствах, характеристиках. Такой личностью, в частности, является юридическое лицо. В соответствии с Конституцией Российской Федерации, права и свободы человека и гражданина признаны высшей ценностью нашего государства. Защита материальных и нематериальных благ гарантируется всем физическим и юридическим лицам. Деловая репутация участников коммерческой деятельности, рассматриваемая как обладающий экономическим значением фактор, – важнейшее благо, которому необходима гарантия надлежащей правовой защиты со стороны государства. Обеспечение максимально справедливого, быстрого и эффективного восстановления нарушенного права, возмещение вреда, причиненного нарушением, являются важнейшими задачами правового государства, вследствие чего решение данных проблем представляется возможным исключительно при помощи действенного правового механизма защиты прав участников экономической деятельности, в том числе нематериальных благ, к которым относится и деловая репутация.

Ключевые слова: деловая репутация, гарантия права, восстановление нарушенных прав, защита материальных и нематериальных благ, физические и юридические лица, личность.

Abstract

The transition from industrial to information (post-industrial) society as never before has increased the role of information, and therefore at the legislative level was enshrined the right to information and the right to freedom of speech. At the same time, one of the main and socially important is information about the person in society, its qualities, properties, characteristics. Such a person, in particular, is a legal entity. In accordance with the Constitution of the Russian Federation, human and civil rights and

freedoms are recognized as the highest value of our state. The protection of tangible and intangible benefits is guaranteed to all natural and legal persons. The business reputation of participants in commercial activities, which is regarded as an economically important factor, is the most important benefit, which requires a guarantee of adequate legal protection by the state. Ensuring the most fair, rapid and effective restoration of the violated right, compensation for damage caused by the violation, are the most important tasks of the rule of law, so that the solution of these problems is possible only with the help of an effective legal mechanism to protect the rights of participants in economic activity, including intangible benefits, which include business reputation.

Keywords: business reputation, guarantee of rights, restoration of violated rights, protection of tangible and intangible benefits, individuals and legal entities, personality.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации, права и свободы человека и гражданина признаны высшей ценностью нашего государства. Защита материальных и нематериальных благ гарантируется всем физическим и юридическим лицам¹.

Обеспечение максимально справедливого, быстрого и эффективного восстановления нарушенного права, возмещение вреда, причиненного нарушением, являются важнейшими задачами правового государства, вследствие чего решение данных проблем представляется возможным исключительно при помощи действенного правового механизма защиты прав участников экономической деятельности, в том числе нематериальных благ, к которым относится и деловая репутация.

Значимость положительной деловой репутации особенно возрастает при формировании цивилизованных рыночных отношений, что делается более явным по мере выхода российских участников делового оборота на международные рынки. Данная тенденция объясняется тем, что в условиях рыночной экономики субъекты предпринимательской деятельности нацелены на формирование безупречной деловой репутации, поскольку она являет собой значимую составляющую успешной деятельности организаций, от которой зависит их способность противостоять конкурентам на рынке, устойчивость развития предприятий и достижение целей их деятельности.

¹ См.: Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 г. № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.

Ущемление деловой репутации зачастую влечет неблагоприятные последствия, главное из которых для участников делового оборота – потеря приобретенного за время пребывания на рынке статуса в глазах контрагентов и потребителей.

Актуальность проблемы защиты деловой репутации в современном мире значительно возросла, поскольку с каждым днем в обществе возникает все большее количество способов распространения и донесения информации до лиц, являющихся конечными потребителями товаров, работ и услуг, наиболее известными и распространенными из которых выступают средства массовой информации и информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет», а также социальные сети. Распространение информации в настоящее время имеет глобальный характер. Наряду с положительными сторонами развития информационных каналов можно выявить и ряд возникающих в связи с их расширением опасностей, в первую очередь репутационных угроз и рисков, происходящих из распространения сведений, не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию субъектов предпринимательства, в том числе в рамках международных деловых операций.

В Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденном Президиумом Верховного суда Российской Федерации 16 марта 2016 г., Верховный суд Российской Федерации на основании практики рассмотрения дел о защите чести, достоинства и деловой репутации судами в 2010–2015 гг. отметил, что в указанном периоде количество данных споров, рассматриваемых как судами общей юрисдикции, так и арбитражными судами, остается стабильным. Среднегодовыми

показателями являются 5 000 дел, подлежащих рассмотрению в судах общей юрисдикции, и 800 дел, рассматриваемых арбитражными судами.

Данная информация дает основание предположить, что проблемы правового регулирования защиты деловой репутации субъектов коммерческой деятельности могут быть причислены к актуальным вопросам российской правовой науки.

Для наиболее полного понимания изучаемой проблемы необходимо рассмотреть понятие «деловая репутация».

Под репутацией принято подразумевать мнение общества о каком-либо субъекте, сформированное на основании оценки его общественно-значимых качеств и поведения, а деловая репутация понимается как «частный случай репутации» [3. – С. 419; 6. – С. 31–32]. Соответственно, «деловая репутация» есть частное понятие по отношению к общему – «репутация».

В российской юридической литературе единое определение деловой репутации отсутствует, поскольку понятие деловой репутации в России начало формироваться относительно недавно, а именно после ухода от планово-административной экономики, при которой (за очень редкими исключениями) «общее мнение» об отдельных предприятиях было практически неотделимо от мнения об органах государственной власти, регулирующих их деятельность.

А. М. Эрделевский выдвигает мнение, в соответствии с которым деловая репутация – это выраженная в общественном мнении оценка деловых качеств лица [7. – С. 146]. При этом под деловыми качествами автор понимает качества, обеспечивающие самостоятельное осуществление и участие в деятельности, направленной на удовлетворение потребностей общества, и указывает на тот факт, что любые качества юридических лиц являются деловыми, что связано с тем, что юридические лица образуются для участия в деловых отношениях.

С исторической точки зрения значимым документом, относимым к защите деловой репутации, выступает Гражданский кодекс РСФСР 1922 г. Данный кодифицированный акт не был нацелен на раскрытие сущности предмета регулирования, а содержал лишь

положение, в соответствии с которым закон был направлен на защиту гражданских прав физических и юридических лиц, за исключением лишь тех случаев, когда данные права реализовывались в противоречии с их социально-хозяйственным предназначением. К числу объектов правовой защиты относились только имущественные блага.

Впервые в истории отечественного законодательства деловая репутация была упомянута в советский период в Основах гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик, принятых Верховным Советом СССР¹. Нормы данного правового акта, однако, не получили практического применения, что связано с тем, что на тот момент Советское государство находилось на этапе командно-плановой экономики, не способствовавшей существованию конкуренции, порождающей необходимость защиты деловой репутации [5. – С. 34–36].

В более позднем документе, Гражданском кодексе РСФСР от 11 июня 1964 г., были зафиксированы положения, затрагивающие основы гражданско-правовой охраны чести и достоинства, в частности: установлена возможность в случаях, предусмотренных законом, урегулирования Кодексом не только имущественных, но и личных неимущественных отношений, к числу которых относились отношения, не связанные с имущественными и подлежащие урегулированию посредством использования нормативных актов только в случаях прямого на то указания закона.

Одним из наиболее значимых моментов в становлении российского законодательства о защите деловой репутации стало принятие в 1991 г. Основ гражданского законодательства Союза ССР и республик.

В статье 7 Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик, утвержденных Постановлением Верховного Совета СССР 31 мая 1991 г. № 2212–1, указывается на возможность граждан или юридических лиц требовать по суду опровержения порочащих честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распростра-

¹ См.: Закон СССР от 8 декабря 1961 г. «Об утверждении Основ гражданского законодательства Союза ССР и союзных республик» (ред. от 12.06.1990) // Ведомости ВС СССР. – 1961. – № 50.

нивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. В нормах, закрепленных в Основах, была сделана отметка об урегулировании личных неимущественных отношений, не связанных с имущественными, гражданским законодательством, поскольку иное не предусмотрено законодательными актами либо не вытекает из существа личного неимущественного отношения.

Причиной для внесения такого положения в законодательную систему России послужило радикальное изменение в общественной и экономической сферах жизни в 1990-е гг. XX в.

Переход к рыночной экономике повлек за собой неотвратимые изменения в отношении нематериальных благ: физические и юридические лица радикальным образом изменили отношение к своим контрагентам – основной задачей отныне стал подбор «надежных» предпринимателей, зарекомендовавших себя на рынке и обладающих безупречной деловой репутацией [5. – С. 34–36].

В современном законодательстве Российской Федерации защита деловой репутации получила, в частности, юридическое закрепление в части 1 статьи 23 Конституции Российской Федерации, где делается указание на право на защиту доброго имени, а также в статье 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, где отмечается право субъектов экономических отношений на судебную защиту деловой репутации от распространения порочащих и несоответствующих действительности сведений: в соответствии с пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридические лица законодательно наделяются правом требования в судебном порядке опровержения сведений, порочащих их деловую репутацию, если лицо, распространившее такого рода сведения, не докажет факта их соответствия действительности. Закрепление такого права обусловлено тем фактом, что с момента создания участники коммерческой деятельности нацелены на формирование соответствующей деловой репутации на рынке: для любого юридического лица важна объективная общественная оценка его деятельности, однако редко может

быть дана в полной мере объективная общественная оценка деятельности участника коммерческой деятельности – зачастую она может оказаться умаленной ввиду неочевидной полезности деятельности того или иного субъекта предпринимательства.

Защита деловой репутации также устанавливалась Законом РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», где был зафиксирован на законодательном уровне запрет на недопущение любых действий хозяйствующих субъектов, противоречащих обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и несущих потенциальную опасность причинения ущерба деловой репутации других хозяйствующих субъектов, выступающих в качестве их конкурентов на рынке, и Федеральным законом от 18 июня 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым не допускается выпуск рекламы, дискредитирующей участников коммерческой деятельности, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с товаром других юридических или физических лиц, а также высказывания, образы, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию конкурентов; рекламы, содержащей в себе несоответствующие действительности сведения относительно основных характеристик товара и его реализации, порочащей какое-либо физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, умышленно вводящей в заблуждение потребителя.

Таким образом, необходимо развивать и совершенствовать законодательство о защите деловой репутации путем включения в него критериев и методов денежной оценки репутационного вреда для объективизации соответствующих судебных решений. В целях унификации принимаемых судами решений и дисциплинирующего воздействия на участников хозяйственной деятельности необходимо также ввести в законодательство указание на минимальные и максимальные размеры компенсаций репутационного вреда.

Список литературы

1. Аюпов О. Ш. Понятие «деловая репутация юридического лица» // Правовые проблемы укрепления российской государственности. – 2017. – № 45. – С. 100–101.
2. Бычков А. Защита от диффамации // Новая бухгалтерия. – 2016. – № 6. – С. 124–131.
3. Гражданское право : в 3 т. – Т. 1 : учебник / Е. Н. Абрамова и др.; под ред. А. П. Сергеева. – М. : РГ–Пресс, 2015.
4. Гражданский процесс : учебник / под ред. В. В. Яркова. – СПб. : Волтерс Клувер, 2016.
5. Тимерханов А. А. Деловая репутация юридического лица : дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2012. – URL : <http://www.dissercat.com/content/delovaya-reputatsiya-yuridicheskogo-litsa>
6. Тюленев И. В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству : дис. ... канд. юрид. наук. – М., 2010.
7. Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Волтерс Клувер, 2004.