

*Серопол Диана Игоревна
студентка юридического факультета
Кубанского государственного аграрного университета имени И.Т.
Трубилина
Россия, г. Краснодар*

О ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

В данной научной работе автором рассмотрена такая важная для субъекта предпринимательской деятельности категория – деловая репутация. Рассмотрено законодательное закрепление понятия «деловой репутации», проанализированы разные точки зрения в науке о ее содержании. Проанализированы способы распространения порочащих сведений. Приведены примеры из судебной практики по вопросам применения законодательных положений о деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: деловая репутация, субъект предпринимательской деятельности, защита, порочащие сведения.

*Seropol Diana Igorevna
student of the Faculty of Law Kuban State Agrarian University named after I.T.
Trubilin
Russia, Krasnodar*

ON THE BUSINESS REPUTATION OF BUSINESS ENTITIES

Annotation

In this scientific work, the author considers such an important category for a business entity – business reputation. The article considers the legislative consolidation of the concept of "business reputation", analyzes different points of view in the science of its content. The ways of spreading defamatory information are analyzed. Examples from judicial practice on the application of legislative provisions on the business reputation of business entities are given.

Keywords: business reputation, business entity, protection, defamatory information.

В процессе осуществления предпринимательской деятельности любая организация или гражданин может столкнуться с недобросовестной конкуренцией. Так, например, она может выразиться в распространении сведений, которые могут опорочить деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, что в дальнейшем будет служить причиной уменьшения дохода юридического лица, индивидуального предпринимателя либо самозанятого гражданина.

Деловая репутация согласно п. 1 ст. 150 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) относится законодателем к нематериальному благу, являющемуся объектом гражданских прав. Согласно ст. 152 ГК РФ законодателем закреплено право юридического лица и гражданина требовать в судебном порядке опровержения распространенных порочащих его деловую репутацию сведений.

Прежде чем начать рассмотрение особенностей защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, стоит определить содержание понятия «деловая репутация». В действующем массиве нормативно-правовых актов законодатель не раскрывает содержания данного понятия, в связи с чем в науке возникают различные точки зрения на формулировку определения данного понятия. Так, например, Гришаев С.П. полагает, что деловая репутация - это мнение о профессиональных качествах кого-либо [1]. Михалевич Е.В. полагает, что деловая репутация – это приобретенная сторонняя или личная оценка положительных качеств, достоинств физического или юридического лица [2]. Другие считают, что деловая репутация связана с оценкой исключительно и непосредственно компетенций или профессиональных свойств, а также их отсутствием [3].

Деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности – это его профессиональная репутация, которую он заработал в среде аналогичных профессионалов и лиц, на которых направлена деятельность субъекта предпринимательской деятельности. Кроме того, Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отметила,

что деловая репутация организации – субъекта предпринимательской деятельности, включает в себя профессиональную репутацию как самой организации, так и ее руководителей [4]. Помимо этого, судебным органом был сделан вывод о том, что деловую репутацию организации в целом могут нарушить порочащие сведения в отношении работников данной организации, а также в отношении лиц, состоящих в органах управления. Данное правило действует и в обратном порядке, то есть умаление деловой репутации юридического лица неизбежно влечет к умалению деловой репутации руководителя данной организации. Но важно отметить, что порочащие сведения, распространенные в отношении руководителя юридического лица как физического лица в сфере, не связанной с деятельностью организации – субъекта предпринимательской деятельности, не могут влиять на деловую репутацию юридического лица, что подтверждается п. 4 Обзора, одобренного Президиумом ФАС Уральского округа 31.07.2009 [5].

Порочащие сведения будут считаться распространёнными в том случае, если сообщение о них будет передано в любой форме хотя бы одному лицу. Согласно п. 7 Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 [6] способами такой передачи могут являться следующие: опубликование таких сведений в печати; их трансляция по радио и телевидению; демонстрация в СМИ; распространение в сети «Интернет»; публичных выступлениях. На наш взгляд, одним из пробелов действующего федерального законодательства является отсутствие понятия «публичного выступления» и критериев выделения в качестве такого. Он заслуживает внимания и ввиду того, что форма распространения сведений в конкретных случаях может влиять на квалификацию правонарушения (например, клевета, распространенная в публичном выступлении, влечет более строгую санкцию (ч.1, 2 ст. 128.1 УК РФ)).

Стоит также отметить, что законодатель не дает закрытого перечня способов распространения сведений, порочащих деловую репутацию субъекта предпринимательской деятельности. Считаем, что это обусловлено

быстроразвивающимся характером общественных отношений. Однако в то же время актами высших судебных органов описываются случаи, в которых порочащие деловую репутацию организации сведения не будут считаться распространенными. Так, в частности таковым не будут являться обращение в органы государственной власти с целью проведения проверки по поводу предполагаемых правонарушений; ознакомление работников редакции с материалом, содержащим порочащие сведения, до его выпуска в эфир продукции СМИ. Также интересный случай был рассмотрен Арбитражным судом Дальневосточного округа [7]. Так, истец ссылался на заведомо умышленное распространение сведений ответчиком, порочащих его честь и достоинство как гражданина и деловую репутацию как директора общества. Судом в удовлетворении требований было отказано, так как предоставление адвокату запрошенной им информации и документов, а также проведенный им опрос не подпадают под понятие «распространение» по смыслу ст. 152 ГК РФ, ответчик реализовал свое конституционное право и не был намерен причинить вред истцу.

Важно отметить, что порочащие сведения важно отличать от оценочных суждений. Так, например, при высказывании порочащих сведений лицом могут быть использованы «уловки» в виде конструкций «мне кажется», «видимо», «пожалуй», конкретное указание на «оценочное мнение». Стоит отметить, что проблема определения истинных намерений сторон при высказывании спорного материала ложится на суд. К сожалению, в большинстве случаев суд принимает позицию того лица, которое распространило свое «оценочное мнение». Однако, в практике появляются судебные решения, которые демонстрируют признание «оценочного мнения» порочащими сведениями. Так, например, судом было установлено, что автор из раза в раз публикует исключительно негативный материал в отношении Истца, постоянно используя конструкции оценочного суждения, вследствие чего он признал данные распространенные сведения порочащими и подпадающими под действие ст. 152 ГК РФ [8].

Таким образом, деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности является важным условием для его успешного развития. Вследствие чего деловая репутация была признана в качестве нематериального блага, которое охраняется законом. В ходе исследования была обнаружена проблема отсутствия в законодательстве понятия «публичное выступление», что мешает правоприменителю верно истолковывать закон. Помимо этого, был затронут вопрос о соотношении «порочащих сведений» и «порочащих сведений, высказанных в форме оценочного суждения», который до настоящего времени на законодательном уровне должным образом не разрешен.

Список литературы:

1. Гришаев С.П. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая. Постатейный комментарий // СПС КонсультантПлюс. 2022.
2. Михалевич Е.В. Деловая репутация: субъекты гражданских правоотношений, имеющие право на ее защиту // Юрист. 2012. № 4. С. 34-41.
3. Торжинский Р.А. К вопросу о сравнении деловой репутации гражданина с деловой репутацией юридического лица и индивидуального предпринимателя // Эпомен. 2019. № 34. С. 287-292.
4. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 26.10.2015 по делу N 307-ЭС15-5345, А56-17708/2014 // СПС «Консультант Плюс».
5. Обзор практики рассмотрения споров о защите деловой репутации" (одобрен президиумом Федерального арбитражного суда Уральского округа 31.07.2009) // СПС «Консультант Плюс».
6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц" // "Бюллетень Верховного Суда РФ". N 4. 2005.
7. Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 30.09.2019 N Ф03-4266/2019 по делу N А51-25006/2018 // СПС «Консультант Плюс».
8. Постановление Седьмого ААС от 02.03.2017 по делу №А67-2763/2016 // СПС «Консультант Плюс»