

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права и процесса

**Защита деловой репутации субъектов предпринимательской
деятельности в Российской Федерации**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 362 группы
направления подготовки 40.04.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета

Тарасовой Надежды Александровны

Научный руководитель

канд. юрид. наук, доцент

И. М. Конобеевская

Зав. кафедрой

канд. юрид. наук, доцент

Е.Н. Тогузаева

Саратов 2021

В настоящее время, в условиях развития свободной рыночной экономики и высокой конкуренции, одним из главных факторов, влияющих на развитие экономических отношений, становится относительно недавно возникшая в российском законодательстве категория деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. На особую значимость данной категории обратил внимание Верховный Суд Российской Федерации, согласно правовой позиции которого, деловая репутация юридических лиц представляет собой одно из условий их успешной деятельности.

Таким образом, надлежащая защита деловой репутации хозяйствующих субъектов в современных условиях все более очевидно становится одним из условий успешного осуществления ими предпринимательской и иной экономической деятельности, поскольку является важным фактором привлечения клиентов и заключения сделок с контрагентом посредством размещения рекламы и создания о себе позитивного представления.

Деловую репутацию предпринимателя нельзя ставить в один ряд с деловой репутацией иных участников экономических отношений ввиду превалирования имущественного аспекта ее восприятия. Вместе с тем, в настоящее время российское законодательство не использует дифференцированного подхода в понимании данных категорий. В судебной практике также не сложилось единых подходов к выделению деловой репутации субъекта предпринимательской деятельности в качестве самостоятельной дефиниции.

Приведенные факторы обуславливают необходимость в комплексном осмыслении понятия деловой репутации субъекта предпринимательской деятельности, выявлении особенностей ее природы и способов защиты.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в условиях информационного общества безупречная деловая репутация становится безусловным конкурентным преимуществом в рыночной экономике, чем и обуславливается необходимость ее всесторонней защиты со стороны

субъекта предпринимательской деятельности, который может столкнуться с недобросовестным поведением конкурентов.

Новизна работы заключается в разработке предложений по совершенствованию положений законодательства, регулирующих защиту деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, способствующих разрешению выявленных в ходе исследования пробелов и коллизий.

Степень научной разработанности. Проблема правового регулирования защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности затрагивается в работах следующих представителей юридических и экономических наук: Н.В. Архиеерева, Е.В. Белоусовой, А.Р. Гусаловой, Е.М. Дьяченко, В.В. Килинкарлова, О.А. Килиуш, А.Т. Найфонова, Н.Ю. Никуличевой, М.А. Рожковой, Ю.З. Сахапова, А.П. Сухенко, З.Б. Хавжоковой, А.М. Эрделевского и других.

Основной целью магистерской работы является выявление правовой сущности деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности и определение комплекса правовых способов ее защиты.

Для достижения поставленной цели поставлен ряд следующих **задач**:

- определить понятие и исследовать генезис деловой репутации предпринимателя;
- установить пределы и ограничения права субъектов предпринимательской деятельности на деловую репутацию;
- обозначить систему способов защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности;
- выявить особенности защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет.

Объектом нашего исследования выступают общественные отношения по использованию средств защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности.

Предметом исследования являются нормы права в сфере защиты

деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности.

Методологической основой настоящей работы являются общенаучные методы познания, а также ряд частно-научных методов: сравнительного правоведения, формально-логический, комплексного исследования, системно-структурный и другие.

Нормативную базу исследования составили Конституция Российской Федерации, Гражданский Кодекс Российской Федерации и другие нормативные правовые акты.

Теоретическую основу магистерской работы заложили научные труды таких известных ученых как: М.Н. Малеина, Г.Ю. Мордохов, А.А. Тимерханов, М.Ю. Тихомиров и многие другие.

Практическая и теоретическая значимость исследования заключается в том, что разработанные в ходе проведенного анализа положения носят научно-практический характер и могут быть положены в основу реформирования гражданского законодательства в части защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В результате проведенного исследования создания и развития деловой репутации как объекта гражданских прав в России предлагается дополнить главу 8 Гражданского кодекса Российской Федерации соответствующими нормами, предусматривающими особое правовое положение деловой репутации юридических лиц, при этом выделив деловую репутацию субъекта предпринимательской деятельности в качестве самостоятельной дефиниции по отношению к иным участникам экономических отношений ввиду превалирования имущественного аспекта ее восприятия.

2. Одним из выявленных пробелов законодательства является отсутствие легально закрепленного определения понятия «репутации» в целом или отдельного ее вида - деловой репутации. Таким образом, считаем целесообразным введение соответствующих изменений в законодательство

РФ путем дополнения ст. 152 Гражданского кодекса РФ следующим положением: «Деловая репутация является основанным на объективной информации, уникальным индивидуализирующим образом лица, определяемого его правовым статусом, либо связанным с профессиональной, служебной, предпринимательской, трудовой, производственной и иной социально значимой деятельностью, и обладающим свойством изменчивости ввиду оценки его деятельности неопределенным количеством лиц, как с положительной, так и с отрицательной стороны».

3. Ввиду того, что деловая репутация, формируя комплексную оценку поведения на рынке, включает в себя различные стороны деятельности, представляется необходимым внести в действующее российское законодательство изменения, направленные на разделение категорий деловой репутации в широком смысле, включающую в себя и деловую репутацию гражданина, и в узком смысле, подразумевающую исключительно деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности. В частности, в целях защиты деловой репутации субъекта предпринимательской деятельности как актива, имеющего имущественное содержание, необходимо ввести дополнительные способы защиты, которые бы в полной мере отвечали интересам субъекта, стремящегося к охране своего конкурентного преимущества.

4. Представляется, что понятие «деловая репутация» может выступать общим термином, в рамках которого можно выделить деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, профессиональную репутацию и служебную репутацию, которые будут входить в общее понятие деловой репутации и являться различными ее видами в рамках единого термина. Обоснованной считается идея разделения понятий деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности и иных лиц за счет установления различного правового регулирования для использования и защиты прав на деловую репутацию субъекта предпринимательской

деятельности и субъекта, не связанного с осуществлением такой деятельности.

5. В результате проведенного анализа оборотоспособности права на деловую репутацию сделан вывод о том, что ст. 150 Гражданского кодекса РФ, справедливо причисляя деловую репутацию к нематериальным благам, тем не менее, не учитывает имущественный характер деловой репутации, противоречит другим нормам Гражданского кодекса РФ, косвенно предусматривающим возможность ее отчуждения

6. Для создания полноценного механизма защиты права на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности предлагается разработка единой системы защиты широкого спектра репутационных интересов посредством структурирования сложившейся практики их защиты, усовершенствования и дополнения имеющихся механизмов. В этой связи важен комплексный подход, предполагающий, помимо вышеуказанных мер, совершенствование механизма возмещения вреда, причиненного посягательствами на деловую репутацию, в том числе разработку механизма и методики компенсации репутационного вреда, причиненного организациям.

7. В результате анализа судебной практики выявлено возникновение неясностей в плане того, что считается достаточными идентификационными признаками для привлечения к ответственности за распространение сведений, порочащих деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет. По нашему мнению, решение данной проблемы заключается, прежде всего, в проведении на законодательном уровне различий между авторами публикуемой информации в сети Интернет, владельцами сайтов, провайдерами услуг и другими участниками процесса распространения информации в сети Интернет.

Структура работы. Данная магистерская работа состоит из введения, трех глав, состоящих из параграфов, заключения, списка использованных источников.

Апробация результатов исследования. По теме исследования

опубликованы следующие статьи:

1. Конобеевская И.М., Тарасова Н.А. К вопросу о понятии деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // В сборнике: Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XIX Международной научно-практической конференции. 2019. С. 79-81.

2. Тарасова Н.А. Зарождение и историческое развитие категории «деловая репутация» // Человек и закон: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020 С. 57-59.

3. Тарасова Н.А. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав // Фундаментальные и прикладные научные исследования: сборник статей XXXIV Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020 С. 108-110.

Основное содержание работы

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования, определяются его цель и задачи, дана общая характеристика методологической основы исследования, его теоретической и практической значимости, излагаются основные положения, выносимые на защиту, отражена апробация результатов исследования.

Глава 1 «Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности: правовая природа и факторы формирования» включает в себя два параграфа:

в параграфе 1.1. – *«Генезис категории «деловая репутация»* содержится исследование феномена деловой репутации. Делается вывод о том, что в результате процесса развития предпринимательских отношений данная категория становится важным критерием установления надежности субъекта предпринимательской деятельности и его добросовестности в

качестве контрагента по сделкам. Однако большинство существовавших законодательных актов на разных исторических этапах предполагали лишь защиту интересов физических лиц, при этом деловая репутация юридических лиц нормативными актами никак не затрагивалась. В результате чего, предлагается дополнить главу 8 Гражданского кодекса Российской Федерации соответствующими нормами, предусматривающими особое правовое положение деловой репутации юридических лиц, при этом выделив деловую репутацию субъекта предпринимательской деятельности в качестве самостоятельной дефиниции по отношению к иным участникам экономических отношений ввиду превалирования имущественного аспекта ее восприятия.

в параграфе 1.2. – *«Понятие деловой репутации субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности»* проводится анализ теоретического и законодательного материалов по вопросу определения исследуемой категории. Автором дается определение деловой репутации как основанное на объективной информации, уникальным индивидуализирующим образом лица, определяемого его правовым статусом, либо связанным с профессиональной, служебной, предпринимательской, трудовой, производственной и иной социально значимой деятельностью, и обладающим свойством изменчивости ввиду оценки его деятельности неопределенным количеством лиц, как с положительной, так и с отрицательной стороны. Кроме того, представляется необходимым внести в действующее российское законодательство изменения, направленные на разделение категорий деловой репутации в широком смысле, включающую в себя и деловую репутацию гражданина, и в узком смысле, подразумевающую исключительно деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности.

Глава 2 «Право на деловую репутацию как элемент правового статуса субъекта предпринимательской деятельности», включает в себя два параграфа:

в параграфе 2.1. – *«Пределы и ограничения права субъектов предпринимательской деятельности на деловую репутацию»* рассматривается проблема отсутствия единого понимания места деловой репутации в структуре правового статуса субъекта предпринимательской деятельности. Представляется, что понятие «деловая репутация» может выступать общим термином, в рамках которого можно выделить деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, профессиональную репутацию и служебную репутацию, которые будут входить в общее понятие деловой репутации и являться различными ее видами в рамках единого термина. Обоснованной считается идея разделения понятий деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности и деловой репутации иных лиц за счет установления различного правового регулирования для использования и защиты прав на деловую репутацию субъекта предпринимательской деятельности и субъекта, не связанного с осуществлением такой деятельности.

в параграфе 2.2. – *«Оборотоспособность права на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности»* автором делается вывод о неоднозначности причисления категории деловая репутация к материальным или нематериальным объектам. Предполагается, что право на деловую репутацию юридического лица как субъекта предпринимательской деятельности - это неимущественное право с имущественным элементом, так как эти две составляющие деловой репутации тесно переплетаются, выражая сущность данного института. Проведенное исследование показывает, что ст. 150 Гражданского кодекса РФ, справедливо причисляя деловую репутацию к нематериальным благам, тем не менее, не учитывает имущественный характер деловой репутации, противоречит другим нормам Гражданского кодекса РФ, косвенно предусматривающим возможность ее отчуждения.

Глава 3 «Система способов защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности» состоит из двух параграфов:

в параграфе 3.1. – «*Основные способы защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности*» проводится анализ законодательно закрепленных способов защиты гражданских прав, проводится их классификация по различным критериям. Автор приходит к выводу о существовании объективной необходимости создания полноценного механизма защиты права на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, исходя из правовой природы такого права, а также из специфики предпринимательских отношений. Представляется, что данную задачу можно выполнить посредством структурирования сложившейся практики защиты деловой репутации, усовершенствования и дополнения имеющихся механизмов, тем самым создав единую систему защиты широкого спектра репутационных интересов. В этой связи важен комплексный подход, предполагающий, помимо вышеуказанных мер, совершенствование механизма возмещения вреда, причиненного посягательствами на деловую репутацию, в том числе разработку механизма и методики компенсации репутационного вреда, причиненного организациям.

в параграфе 3.2. – «*Особенности защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет*» содержится исследование способов защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности, ущерб которой причинен распространением диффамационных сведений в сети Интернет. Проведенный анализ судебной практики свидетельствует о том, что решение проблемы определения субъекта, ответственного за распространение сведений, порочащих деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности, заключается, прежде всего, в проведении на законодательном уровне различий между авторами публикуемой информации в сети Интернет, владельцами сайтов, провайдерами услуг и другими участниками процесса распространения информации в сети Интернет.

В заключении работы представлены основные результаты

проведенного исследования.

Основные положения магистерской работы опубликованы в следующих работах автора:

1. Конобеевская И.М., Тарасова Н.А. К вопросу о понятии деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // В сборнике: Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XIX Международной научно-практической конференции. 2019. С. 79-81.

2. Тарасова Н.А. Зарождение и историческое развитие категории «деловая репутация» // Человек и закон: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020 С. 57-59.

3. Тарасова Н.А. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав // Фундаментальные и прикладные научные исследования: сборник статей XXXIV Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 2 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2020 С. 108-110.