

Сабирова Л.Л.
к.ю.н., доцент кафедры
теории государства и права
Казанского федерального университета

Теоретические основы обоснования права юридического лица на деловую репутацию и другие нематериальные блага

В статье автор исследует теоретические вопросы, связанные с принадлежностью юридическим лицам деловой репутации и нематериальных благ. Автором рассматриваются теория объектов гражданских прав и теория субъективных прав юридических лиц.

Ключевые слова: *юридическое лицо, нематериальные блага, деловая репутация, теория объектов гражданских прав, теория субъективных прав юридических лиц.*

Юридические лица, представляющие собой искусственно созданные субъекты гражданского права, индивидуализируются и участвуют в гражданском обороте посредством своего фирменного наименования, организационно-правовой формы; места нахождения; товарного знака и т.д. Участие юридического лица в гражданском обороте может характеризоваться иными участниками как положительно, так и отрицательно. Указанная характеристика представляет собой деловую репутацию юридического лица.

Деловая репутация юридического лица является одним из условий его успешной деятельности и как любое нематериальное благо подлежит защите. В настоящее время в арбитражных судах Российской Федерации рассматривается значительное количество дел, связанных с защитой деловой репутации юридического лица. Согласно статистическим данным в 2011 году арбитражными судами было рассмотрено 795 дел по данной категории исков, в 2012 году – 913 дел (на 14,8% чем в 2011 году), в 2013 году – 834 дел (на 8,7% меньше чем в 2012 году)¹.

Отметим, что защита деловой репутации юридических лиц связана с пониманием юридического лица как самостоятельного искусственного субъекта права с фикционной природой создания и функционирования. Вопрос о праве юридического лица на деловую репутацию является не менее дискуссионным, чем конкуренция теорий юридических лиц². Для того, чтобы

¹ Официальный сайт ВАС РФ. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.arbitr.ru/upimg/BA56B64409E63370CC611FE1DCC99CB8_an_zap.pdf (дата обращения: 26.05.2014 г.).

² См.: *Гаврилов Е.В.* Вред деловой репутации юридического лица: понятие и способы защиты // Законодательство и экономика. - 2011. - N 12. - С. 44 – 47; *Герасимова Ю.А.* Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора // Административное право. - 2011. - N 1. - С. 61 – 66; *Забегайло Л.А.* Современные гражданско-правовые способы защиты деловой репутации юридического лица // Право и экономика. - 2011. - N 5. - С. 18 – 22; *Серебрякова Е.Е.* Моральный вред юридического лица:

ответить на вопрос, может ли юридическое лицо обладать деловой репутацией, необходимо знать, что представляет собой «деловая репутация». В российском законодательстве не определено понятие «деловая репутация», однако оно упоминается, в том числе при регулировании отношений, возникающих из договора коммерческой концессии.

Ю.З. Сахапов считает, что деловая репутация имеет информационную природу, которая выражается в том, что она представляет собой сведения о деловом потенциале субъекта предпринимательской деятельности, которые могут получить третьи лица. Он определяет деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности как основанную на публичной оценке информацию (совокупность сведений и данных) о деловом потенциале субъекта предпринимательской деятельности³.

Е.М. Дьяченко считает, что термин «деловая репутация» не может применяться к участникам делового (предпринимательского) оборота, к ним необходимо применять термин «коммерческая репутация», под которым следует понимать деловую репутацию коммерческого юридического лица, представляющую собой общественную оценку его деловых качеств, имеющих значение в сфере предпринимательской деятельности для её успешного осуществления⁴. А.А. Тимерханов, напротив, утверждает, что деловой репутацией могут обладать только юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, для которых деловая репутация носит имущественный характер, может быть оценена в денежном выражении, является конкурентным преимуществом и используется в целях извлечения прибыли⁵. Анализируя указанные позиции, можно прийти к выводу о том, что принадлежность такого нематериального блага как деловая репутация юридическим лицам решается в зависимости от определения самого понятия «деловая репутация» как материального или нематериального блага.

Большинство авторов отстаивают позицию о том, что деловая репутация – это объект гражданских прав, входящий в группу нематериальных благ⁶. Российское гражданское законодательство предъявляет следующие требования к нематериальным объектам гражданских прав: нетелесность, непередаваемость и неотчуждаемость, тесная связь с личностью, необоротоспособность, неспособность к оценке и др. Не все указанные требования могут быть применены к деловой репутации.

особенности определения и компенсации // Юрист. - 2013. - № 12. - С. 23 – 26; Федоров П.Г. Деловая репутация юридического лица и ее защита // Законодательство и экономика. - 2010. - № 11. - С. 41 – 45; Цибенко А.Ю. Деловая репутация юридического лица и способы ее защиты // Налоги. - 2011. - № 24. - С. 22 – 31.

³ Сахапов Ю.З. Деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности в системе объектов гражданских прав и особенности ее гражданско-правовой защиты: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. - Казань, 2007. – С. 7-8.

⁴ Дьяченко Е.М. Деловая репутация юридических лиц: дис. ... канд. юрид. наук. - Краснодар, 2005. – 218 с.

⁵ Тимерханов А.А. Деловая репутация юридического лица: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. - М., 2013. – 22 с.

⁶ См, например: Карайчева О.В. Деловая репутация как объект гражданских прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – Ростов-на-Дону, 2014. – 24 с.; Тимерханов А.А. Деловая репутация юридического лица: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. - М., 2013. – 22 с.

1. Деловая репутация юридического лица, безусловно, не имеет овеществлённой формы. Следовательно, ей присущ особый признак нематериальных благ - признак бестелесности.

2. Деловая репутация юридического лица может быть оценена с точки зрения бухгалтерского учёта. Стоимость деловой репутации юридического лица (good will) для целей бухгалтерского учета 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). Причём положительная деловая репутация – это надбавка к цене, которая учитывается в качестве отдельного инвентарного объекта. Отрицательная же деловая репутация - это скидка с цены, предоставляемая покупателю в связи с отсутствием факторов наличия стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала и т.п.⁷

В зарубежных странах деловая репутация также относится к нематериальным активам, учитываемым при продаже компании в целом, и амортизируется на различный период: в Японии – максимальный период 5 лет, в Нидерландах и Швеции – 10, в Австралии – 20, в Канаде и США – 40⁸.

3. Деловая репутация юридического лица может участвовать в гражданском обороте в составе предприятия как имущественного комплекса, а также при отчуждении прав по договору коммерческой концессии.

4. Деловая репутация тесно связана с личностью самого юридического лица. А.В. Мицкевич указывает, что правоспособность организации складывается из совокупности общих прав и обязанностей (правоспособности) и определённых прав и обязанностей, непосредственно вытекающих из действующих законов⁹. Применительно к юридическому лицу понятие «правосубъектность» означает совмещение правоспособности и дееспособности, и возникает при наличии государственной регистрации. Конструкция юридического лица используется законом по отношению ко всякой организации, участвующей в гражданском обороте. Юридические лица создаются с целью получения прибыли (коммерческие организации), так и иные цели: образовательные, религиозные и др. (некоммерческие организации). Юридическое лицо как искусственный субъект права не может иметь права, связанные с человеческой природой, но ст. 48 ГК РФ указывает на возможность юридического лица приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. Е.В. Шерстобитов пишет: «Какой бы теории ни придерживались при определении сущности

⁷ Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н (ред. от 24.12.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 23.01.2008 N 10975) // Российская газета. - N 22. - 02.02.2008.

⁸ Чигирioва Е.В. Деловая репутация: экономическое содержание и особенности бухгалтерского учёта. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.orelgiel.ru/monah/19ch.pdf> (дата обращения: 29.05.2014 г.).

⁹ Мицкевич А.В. Субъекты советского гражданского права. - М.: Гос. изд-во юрид. литературы, 1962. - С. 132.

юридического лица, следует иметь ввиду, что оно является искусственным субъектом права и поэтому вообще не может иметь личных прав» (однако право на деловую репутацию непосредственно связано с имущественным правом)¹⁰. Следовательно, по логике законодателя личностью в широком смысле слова может быть и юридическое лицо, которое осуществляет личные неимущественные права.

Из анализа ст. 150 ГК РФ¹¹ можно сделать вывод о том, что «личные неимущественные права» и «нематериальные блага» - это различные категории. Е.В. Пассек отмечал, что наряду с материальными благами субъект может обладать нематериальными благами, такие права должны быть названы неимущественными¹². С позиции теории права необходимо исследовать вопрос о соотношении субъективного права и объекта права.

Так, Н.М. Коркунов писал, что каждое право должно иметь свой объект, пользование которым ведёт к осуществлению интереса, составляющего содержание права¹³. Г.Ф. Шершеневич признавал объект структурным элементом правоотношения и определял его как благо, обеспечиваемое правом¹⁴. Следовательно, объектами личных неимущественных прав являются нематериальные блага.

Считаем целесообразным привести позицию О.А. Пешковой, которая выделяет три группы нематериальных благ, принадлежащих юридическим лицам: а) блага, направленные на формирование индивидуализации юридического лица (фирменное наименование, товарный знак, деловая репутация); б) блага, обеспечивающие автономию субъекта (коммерческая, служебная тайна, тайна переписки и телефонных переговоров); в) блага, возникающие в результате интеллектуальной деятельности (изобретения, патенты, промышленные образцы и др.)¹⁵.

Блага, направленную на индивидуализацию юридического лица необходимы для его обособления среди других субъектов гражданских правоотношений. Фирменное наименование, товарный знак, место происхождения товаров непосредственно влияют на формирование деловой репутации и имиджа юридического лица, в частности коммерческой организации.

Блага, обеспечивающие автономию юридического лица, представляют, прежде всего, информацию, необходимую для увеличения доходов, уменьшения неоправданных расходов, сохранения особого положения на

¹⁰ Гражданское право: В 4 т. Том 3: Обязательственное право: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению 521400 «Юриспруденция» и по специальности 021100 «Юриспруденция» / [Витрянский В.В. и др.]; отв. ред. — Е.А. Суханов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Волтерс Клувер, 2005. — С. 726.

¹¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 05.05.2014) // Собрание законодательства РФ. - 05.12.1994. - N 32. - ст. 3301.

¹² Пассек Е.В. Неимущественный интерес и непреодолимая сила в гражданском праве. - М.: «Статут», 2003. - С. 50-51.

¹³ Коркунов Н.М. Лекции по общей теории права. СПб.: Изд-во «Юридический центр Пресс», 2003. С. 182.

¹⁴ Общая теория права / Шершеневич Г.Ф. - М.: Изд. Бр. Башмаковых, 1911. - С. 590.

¹⁵ Пешкова О.А. Защита деловой репутации и других нематериальных благ юридических лиц // Правовые вопросы связи. - 2005. - N 1. - С. 12.

рынке товаров, работ, услуг и т.д. Указанные блага для коммерческого юридического лица также, как и деловая репутация имеют стоимостное значение.

Блага, возникающие в результате интеллектуальной деятельности юридического лица, непосредственно необходимы для дальнейшей деятельности коммерческого юридического лица с целью увеличения прибыли за счёт внедрения инноваций, оптимизации производства и т.д.

Из анализа вышеприведённых нематериальных благ юридических лиц можно сделать вывод о том, что все они применительно к коммерческим юридическим лицам имеют имущественное содержание. Таким образом, объектами личных неимущественных прав коммерческих юридических лиц являются нематериальные блага, имеющие имущественное содержание.