

ДО ПИТАННЯ ПРО ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ» В КОНТЕКСТІ ДИФАМАЦІЙНИХ ПРАВОВІДНОСИН

Можаровська К.В.,
к.ю.н., доцент кафедри цивільного процесу,
начальник юридичного відділу
Національний університет «Одеська юридична академія»

У даній статті досліджуються питання, пов'язані зі змістом юридичної категорії «ділова репутація» в рамках інституту дифамації, аналізується нормативно-правове врегулювання ділової репутації як об'єкту правового захисту, аналізується ділова репутація фізичної особи, ділова репутація юридичної особи та система її складових елементів, визначається співвідношення поняття «ділова репутація» із суміжними категоріями, такими як: «імідж», «гудвіл».

Ключові слова: репутація, ділова репутація фізичної особи, ділова репутація юридичної особи, імідж, гудвіл.

Можаровская Е.В. / К ВОПРОСУ О СОДЕРЖАНИИ ПОНЯТИЯ «ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ» В КОНТЕКСТЕ ДИФФАМАЦИОННЫХ ПРАВООТНОШЕНИЙ / Национальный университет «Одесская юридическая академия», Украина

В данной статье исследуются вопросы, связанные с содержанием юридической категории «деловая репутация» в рамках института диффамации, анализируется нормативно-правовое регулирование деловой репутации как объекта правовой защиты, анализируется деловая репутация физического лица, деловая репутация юридического лица и система ее составляющих элементов, определяется соотношение понятия «деловая репутация» со смежными категориями, такими как: «имидж», «гудвилл».

Ключевые слова: репутация, деловая репутация физического лица, деловая репутация юридического лица, имидж, гудвилл.

Mozharovska K.V. / ON THE CONCEPT OF «BUSINESS REPUTATION» IN THE CONTEXT DEFAMATORY RELATIONS / National University «Odessa Law Academy», Ukraine

This article examines issues related to the content of the legal category of «business reputation» within the institute of defamation, analyzes the legal regulation of business reputation as an object of legal protection analyzes individual business reputation, business reputation legal entity and its system components elements determined by the ratio of the concept of «goodwill» from adjacent categories, such as «image», «goodwill».

Key words: reputation, business reputation of an individual, business reputation legal entity, image, goodwill.

Постановка проблеми. Інтенсивний розвиток ділових комунікацій зумовлює посилення значення ділової репутації для фізичних та юридичних осіб, оскільки суспільна оцінка їхньої професійної діяльності значною мірою впливає на її результат. Ідея свідомо сформованого роками копіткою праці іміджу особи займає провідне становище в умовах демократичних перетворень на шляху побудови правової держави, формуючи фундаментальну закономірність сучасного громадянського суспільства щодо соціальної цінності кожного його члена.

Загальновизнаний постулат свободи слова та інформації в демократичному суспільстві, можливість вільно виражати думки та висвітлювати події в засобах масової інформації, як правило, часто конфліктує з правом окремих осіб на недоторканість ділової репутації. Останнім часом стрімко зростає кількість судових справ про захист честі, гідності та ділової репутації.

Недосконалість правового механізму захисту права на ділову репутацію, відсутність єдиного підходу до визначення поняття «ділова репутація», розпорошеність у різних законодавчих актах різних правових норм, якими регламентується даний інститут, породжують різночитання і колізії в правозастосовній практиці, зумовлюють неабияку актуальність теми даної наукової статті, особливо в нинішніх умовах інтенсивного розвитку ділового обороту.

Стан дослідження. Досліджувані у даній статті проблематиці, а також її окремим питанням присвячували свої праці такі науковці, як: М.К. Галянтич, В.П. Грибанов, Р.Є. Гукасян, О.С. Іоффе, О.В. Кохановська, Л.О. Красавчикова, Д.Д. Луспенник, М.М. Малеїна, В.П. Нагребельний Р.О. Стефанчук, Р.Й. Халфіна, Я.М. Шевченко, Г.Ф. Шершеневич та ін.

Метою даної статті є дослідження змісту юридичної категорії «ділова репутація» особи в межах інституту дифамації.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

– проаналізувати нормативне врегулювання питання ділової репутації як об'єкта правового захисту;

– сформулювати визначення поняття «ділова репутація»;
– дослідити співвідношення поняття «ділова репутація юридичної особи» із суміжними поняттями «імідж», «гудвіл».

Виклад основних положень. Термін «ділова репутація» у вітчизняному законодавстві та юридичній науці з'явився порівняно нещодавно. Незважаючи на це, низка термінів, що тлумачилися як репутація, виділялися ще римськими юристами, серед яких: *existimatio* – репутація, добре ім'я громадянина, *infamis* – той, що має погану славу, *turpitude* – погана репутація. Репутація (від лат. *reputatio* – обдумування, роздум) означає загальну думку, що створилася, про будь-які достоїнства або недоліки.

У Законі України «Про внесення змін і доповнень до положень законодавчих актів України, що стосуються захисту честі, гідності та ділової репутації громадян і організацій» від 06.05.1993 № 3188-ХІІ статтю 7 ЦК УРСР було викладено в новій редакції, якою ділову репутацію включено до нематеріальних благ, що підлягають захисту, розширено суб'єктний склад відповідних прав. Однак самого визначення поняття «ділова репутація» у ЦК УРСР не було.

Згодом термін «ділова репутація» був включений до конкурентного законодавства, а саме у розділ 2 «Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання» Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Проте і в цьому нормативно-правовому акті сам термін «ділова репутація» не розкривався.

Нормативне визначення поняття «ділова репутація» зустрічається в деяких нормативно-правових актах, якими врегульовані окремі групи правовідносин.

Так, у ст. 2 Закону України «Про банки і банківську діяльність» поняття «ділової репутації» визначається як відомість, що зібрав Національний банк України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі в такій юридичній особі, вимогам закону, ділової практики та професійній етиці, а також відомості про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи.

Статтею 1 Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» визначено, що «ділова репутація» – це сукупність документально підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про відповідність її господарської та/або професійної діяльності вимогам законодавства, а для фізичної особи – також про належний рівень професійних здібностей та управлінського досвіду, а також відсутність в особи судимості за корисливі злочини і за злочини у сфері господарської діяльності, не знятої або не погашеної в установленому законом порядку.

У ст. 1 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» закріплено визначення поняття «бездоганна ділова репутація», під якою розуміється сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про відповідність її діяльності вимогам законодавства, а також про відсутність судимості, яка не знята або не погашена в установленому законом порядку.

Звичайно, що такі визначення застосовуються до правовідносин, на які поширюється дія Закону України «Про банки і банківську діяльність», Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» та Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» відповідно.

Цивільним кодексом України (надалі – ЦК України) у ст. 299 закріплено, що фізична особа має право на недоторканність своєї ділової репутації та може звернутися до суду з позовом про захист своєї ділової репутації.

У статті 94 ЦК України теж наголошується, що юридична особа має право на недоторканність її ділової репутації, а в статті 23 ЦК України визначено підстави відшкодування моральної шкоди, зокрема приниження ділової репутації фізичної або юридичної особи.

Однак у процесі реалізації фізичними та юридичними особами права на захист ділової репутації на практиці виникає важливе питання: що охоплюється цією юридичною категорією і які її складові підлягають захисту в рамках дифаматійних правовідносин?

В українському законодавстві немає єдиного унормованого визначення «ділової репутації», що породжує неусталеність судової практики в цих справах. Так, наприклад, в рішенні господарського суду Чернігівської області від 10 вересня 2015 року, винесеного по справі № 927/704/15, висвітлюється позиція про те, що ділову репутацію юридичної особи становить престиж її фірмового (комерційного) найменування та інших належних їй нематеріальних активів серед кола споживачів її товарів та послуг. Тоді як рішенням господарського суду м. Києва від 14 вересня 2015 року у справі № 910/17659/15 встановлено, що ділова репутація визначається як оцінка діяльності юридичної або фізичної особи, яка ґрунтується на висновках щодо ділових якостей та морального обличчя цих суб'єктів, дотримання ними вимог законодавства (законотручність) і належного виконання договірних та інших зобов'язань перед діловими партнерами і споживачами.

У науковій літературі існує багато поглядів щодо визначення поняття «ділова репутація». Деякі автори штучно звужують зміст даної правової категорії, пов'язуючи ділову репутацію лише зі сферою підприємницької діяльності. Зокрема, в юридичній енциклопедії за редакцією Ю.С. Шемшученка зазначено, що ділова репутація – це оцінка діяльності юридичної або фізичної особи – суб'єктів підприємницької діяльності, яка ґрунтується на висновках про ділові й моральні якості цих суб'єктів, дотримання ними вимог законодавства і належне виконання договірних та інших зобов'язань перед діловими партнерами і споживачами [1, с. 211].

На думку В. Плотнікова, цивільному процесуальному захисту не підлягає професійна і службова репутація педагогів, лікарів, державних службовців тощо і об'єктом оцінки повинна бути можливість особи виконувати взяті на себе обов'язки, якість, вчасність і повнота виконаної роботи і наданих послуг, вміння тримати надане слово і бути надійною стороною в зобов'язальних правовідносинах у сфері підприємництва [2, с. 95].

Деякі науковці розглядають поняття «ділової репутації» в широкому розумінні. Так, М.К. Галянтич зазначає, що ділова репутація – це загальна думка про окрему особу, групу або колектив людей, що склалася на підставі оцінки якості продукції, роботи, вчинків, переваг і недоліків будь-якої роботи [3, с. 98].

На думку Л.О. Красавчикової, ділова репутація – це певна суспільна думка, яка склалася про професійну, виробничу, торгову, комерційну, посередницьку та будь-яку іншу, в тому числі й підприємницьку, діяльність юридичної особи [4, с. 43].

Досить вдало відтворено зміст категорії «ділова репутація» російською дослідницею М.М. Малєною, яка визначає ділову репутацію як сукупність якостей і оцінок, з якими їх носій асоціюється у своїх контрагентів, клієнтів, споживачів, колег по роботі, прихильників (для шоу-бізнесу), виборців (для виборних посад) та персоналізується серед інших фахівців у цій галузі [5, с. 18].

Р.О. Стефанчук зазначає, що з метою розширення кола особистих немайнових благ, які би підлягали цивільно-правовому захисту, доцільно було б визнати об'єктом такого захисту «репутацію» фізичних та юридичних осіб, оскільки законодавчо закріплене поняття «ділова репутація» є більш вузьким поняттям та таким, що не охоплює деякі види репутації, зокрема «професійну», «службову», «авторську» тощо. Під поняттям репутації як особистого немайнового блага фізичної особи Р.О. Стефанчук розуміє усталену оцінку фізичної чи юридичної особи в будь-якій сфері професійної чи іншої суспільно корисної діяльності, що ґрунтується на наявній інформації про її позитивні та негативні суспільно значимі діяння (поведінку), що відома оточуючим, і внаслідок цього відображена в суспільній свідомості як думка про особу з точки зору моралі даного суспільства чи соціальної групи [6, с. 451].

Вбачається за доцільне брати за основу визначення ділової репутації у широкому розумінні, адже ділову репутацію і, відповідно, право на її недоторканність можуть мати не лише суб'єкти підприємницької, а й будь-якої іншої професійної діяльності (політики, спортсмени, науковці тощо). До них можна віднести й неприбуткові юридичні особи, які хоч і не здійснюють підприємницької діяльності, однак провадять певну ділову активність (політичні партії, громадські організації, релігійні об'єднання тощо).

Саме такий підхід був сприйнятий судовою практикою. Так, відповідно до п. 4 Постанови Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» від 27 лютого 2009 року № 1 під діловою репутацією фізичної особи розуміється набута особою суспільна оцінка її ділових і професійних якостей при виконанні нею трудових, службових, громадських чи інших обов'язків. Під діловою репутацією юридичної особи, у тому числі підприємницьких товариств, фізичних осіб – підприємців, адвокатів, нотаріусів та інших осіб, розуміється оцінка їхньої підприємницької, громадської, професійної чи іншої діяльності, яку здійснює така особа як учасник суспільних відносин.

Таким чином, ділова репутація фізичної особи – усталена суспільна оцінка ділових та професійних якостей особи як учасника ділової комунікації, набута нею при виконанні трудових, службових, громадських та інших обов'язків.

Ділова репутація юридичної особи – поняття багатогранне і складне, всі його компоненти – комплексі забез-

печують адекватне враження про фірму та визначають позицію такого суб'єкта на відповідному ринку. Як певний нематеріальний актив ділова репутація юридичної особи складається з таких елементів:

- ділова репутація працівників підприємства та керівників;
- популярність і відомість підприємства;
- престиж торгової марки;
- фірмове найменування;
- успішний досвід;
- фінансова стійкість фірми;
- конкурентоспроможність на ринку;
- якість та поширеність ділових зв'язків;
- соціальна відповідальність фірми;
- високий рівень довіри серед клієнтів, контрагентів, партнерів.

Ділову репутацію необхідно відмежовувати й від інших суміжних категорій, таких як «імідж» та «гудвіл».

В юридичній літературі проводиться порівняння таких категорій, як «імідж» та «репутація», які є досить близькими за своїм значенням. Як зазначає О. Гуменюк, імідж – цілеспрямовано сформований образ, покликаний справити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами. Отже, поняття «репутація» й «імідж» досить близькі одне до одного, і вкладений у них зміст багато в чому ідентичний. Але існують і відмінності між цими поняттями: сприйняття іміджу відбувається на емоційному (підсвідомому), тобто невідчуженому нам рівні, а репутація формується на формально-логічному (свідомому) рівні в результаті обробки фактів, подій, думок. Звідси зрозумілі й механізми впливу іміджу й репутації на сприйняття людини. Імідж – це поверхове сприйняття дійсності, це те, що першим впадає в око й залишає незабутнє враження, а репутація – це логічне сприйняття інформації (сукупності відповідних відомостей, фактів даних) про професійну чи іншу суспільно корисну діяльність учасника цивільних відносин, з якою їх носій асоціюється в очах своїх партнерів, клієнтів, споживачів і індивідуалізується серед інших професіоналів у сфері своєї діяльності [7, с. 47]. Тобто імідж – це завжди результат цілеспрямованих дій його носія, а репутація може скластися й незалежно від бажання особи.

Термін «goodwill» англійського походження і в дослівному перекладі означає «добра воля». Його часто пов'язують із грошовою оцінкою репутації компанії, фірми.

О.В. Ярешко зазначає, що найперший судовий прецедент, пов'язаний з оцінкою гудвілу (ділової репутації), виник в Англії 1620 року («Брод проти Джоліфа»). Крамар Брод, який купив у Джоліфа його справу, заплатив йому вартість товарів та надбавку за гарантію того, що продавець не переїжджатиме на нове місце. Однак продавець переїхав, продовжуючи справу на іншому місці, що суперечило умовам угоди. Справа розглядалася в суді, і суд прийняв рішення на користь позивача. Угода була розірвана. Основним предметом розгляду став гудвіл (ділова репутація) проданої справи, котрий, на думку позивача, був утрачений, оскільки прихильність покупців змінилася з одного місцезнаходження на інше. Фактично продавець «забрав місцезнаходжен-

ня» крамниці разом із собою. Було визнано, що місцезнаходження є чинником, що впливає на гудвіл [8, с. 312].

«Ділова репутація» та «гудвіл» – близькі, але не тотожні поняття, між ними існують деякі досить принципові відмінності:

поняття гудвіла застосовується лише відносно юридичних осіб, а ділова репутація властива як юридичним, так і фізичним особам;

гудвіл завжди підлягає грошовій оцінці, а ділова репутація не завжди має вартісний вираз;

при оцінці гудвіла враховується не лише власна репутація юридичної особи, а й інші критерії, такі як зручне розташування виробничих потужностей, організація виробництва тощо;

поняття гудвіла застосовується лише у сфері підприємницької діяльності, а ділова репутація, як уже зазначалося вище, властива не лише суб'єктам підприємницької діяльності, а й іншим особам, які здійснюють той чи інший вид професійної діяльності;

ділова репутація – це особисте немайнове благо, а гудвіл – це не благо, а нематеріальний актив, який використовується з єдиною метою – визначення ринкової вартості підприємства як цілісного майнового комплексу при здійсненні відносно нього певних юридичних дій (купівля-продаж, приватизація, здача в оренду тощо). Не будучи особистим немайновим благом, гудвіл не може бути об'єктом юридичного захисту.

Аналогічні висновки знаходять своє відображення і на законодавчому рівні. Так, у Податковому кодексі України (п. 14.1.40 ст. 14) закріплено поняття «гудвіл», який визначається як нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо. Податковий кодекс України чітко визначає гудвіл вартістю ділової репутації. Тобто з точки зору законодавця, гудвіл – це не сама ділова репутація юридичної особи, а лише її грошова оцінка.

Висновки наукового дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямі.

Для формування усталеної практики в справах про захист честі, гідності, ділової репутації доцільно розглядати юридичну категорію «ділова репутація» в широкому значенні цього поняття.

Ділова репутація формується роками копіткої праці, має вагоме значення для фізичних та юридичних осіб в процесі ділових комунікацій, що визначають особливості цього об'єкту правового захисту в контексті інституту дифамації.

«Ділову репутацію» необхідно відмежовувати від інших суміжних категорій, таких як «імідж» та «гудвіл». Імідж – це завжди результат цілеспрямованих дій його носія, а репутація може скластися й незалежно від бажання особи. Гудвіл – це нематеріальний актив, який використовується з метою визначення ринкової вартості підприємства як цілісного майнового комплексу при здійсненні стосовно нього певних юридично значимих дій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Нагребельний В. П. Ділова репутація / В. П. Нагребельний // Юридична енциклопедія : в 6 т. / Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. – К. : «Укр. енцикл.», 1998. – Т. 2. – 744 с.
2. Плотников В. Деловая репутация как объект гражданско-правовой защиты / В. Плотников // Хоз-во и право. – 1995. – № 11. – С. 94–99.
3. Галянчик М. Захист ділової репутації: цивільно-правові проблеми / М. Галянчик // Право України. – 2001. – № 1. – С. 97–100.
4. Красавчикова Л. О. Компенсация морального вреда субъектам экономической деятельности в случаях причинения вреда их деловой репутации / Л. О. Красавчикова // Академический юридический журнал. – 2001. – № 2. – С. 41–46.
5. Малейна М. Н. Защита чести, достоинства и деловой репутации / М. Н. Малейна // Законодательство и экономика. – 1993. – № 24. – С. 18.
6. Стефанчук Р. О. Особисті немайнові права фізичних осіб (поняття, зміст, система, особливості здійснення та захисту) : монографія / Р. О. Стефанчук ; відп. ред. Я. М. Шевченко. – К. : КНТ, 2008. – 626 с.
7. Гуменюк О. І. Право учасників цивільних правовідносин на репутацію / О. І. Гуменюк // Юрид. Україна. – 2008. – № 7. – С. 45–51.
8. Ярешко О. В. Категорія «ділова репутація» в цивільному праві / О. В. Ярешко // Вісник Львів. ун-ту. Серія: Юридична. – 2003. – Вип. 38. – С. 310–316.