

*Ю.З. Сахапов**

ПОНЯТИЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И ИНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе становится очевидна необходимость поиска новых потенциалов, гарантирующих стимулирование и стабильность развития экономических отношений. Автору настоящей статьи представляется, что одной из таких возможностей является осуществление права на деловую репутацию субъектами предпринимательской и иной экономической деятельности, которая приобретает первостепенное значение в осуществлении эффективного развития хозяйственной деятельности данных субъектов. В этой связи предпринята попытка раскрыть правовую природу деловой репутации как нематериального блага, являющегося объектом неимущественных правоотношений, дать ее понятие, выделить признаки и специфические особенности.

Право на деловую репутацию традиционно в литературе в соответствии с п. 1 ст. 150 ГК РФ рассматривается как право гражданина, но в современных условиях развития рыночных отношений данное право становится объектом правоотношений не только с участием граждан, но, как показывает практика, и юридических лиц и иных субъектов предпринимательской деятельности [4, 5, 6]. Данные обстоятельства побуждают нас провести более глубокое исследование понятия деловой репутации как одного из видов нематериальных благ.

Следует отметить, что термин «деловая репутация» появился в отечественном законодательстве сравнительно недавно. Впервые он был применен законодателем в 1991 году. Так, п. 1 ст. 7 Основ гражданского законодательства 1991 года (далее – Основы) устанавливал, что гражданин или юридическое лицо вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. Термин «репутация» (reputation) французского происхождения и означает создавшееся общее мнение о достоинствах и недостатках кого-либо [3.С.265.]. Русское толкование данного понятия четче отражает его использование в лексике: приобретаемая кем-нибудь общественная оценка, общее мнение о качествах,

* © Сахапов Ю.З., 2006.

Сахапов Юсуф Замилович – кафедра гражданского и предпринимательского права ГОУ ВПО «Казанский государственный университет имени В.И. Ульянова-Ленина».

достоинствах и недостатках кого-нибудь [7.С.677.]. Таким образом, *репутация* – это общественно-социальная оценка нравственных качеств лица.

Если говорить о субъектах предпринимательской деятельности, то, конечно же, для определения их профессиональных навыков, способности заниматься хозяйственной деятельностью общественно-социальной оценки недостаточно. Поэтому для характеристики профессиональных качеств субъектов предпринимательской и иной экономической деятельности законодатель дополняет термин «репутация» качественно-профессиональным критерием. Вследствие этого в действующем законодательстве получил широкое применение термин «деловая репутация».

Анализ истории происхождения термина «деловая репутация», нас побуждает обратиться к исследованию юридической природы понятия деловой репутации и, в частности, субъектов предпринимательской деятельности. Кроме того, попытаемся определить ее значение в осуществлении эффективного развития экономической деятельности данных субъектов.

С целью последовательного и комплексного исследования обозначенной проблематики необходимо вначале определить круг субъектов предпринимательской деятельности, обладающих правом на деловую репутацию. Как отмечают некоторые авторы, в российском законодательстве отсутствует понятие предпринимателя, поскольку коммерческое право не выделено из гражданского и сохранена единая система частного права, тем самым отождествив понятия коммерческого и предпринимательского права [8.С.92.]. Но в цивилистической науке признана и иная позиция, которая нам представляется наиболее правильной: предпринимательство – это всякая деятельность, направленная на получение прибыли, тогда как коммерция понимается только как торговая деятельность [9.С.10.]. Следовательно, «предпринимательская деятельность» – термин, характеризующий более широкий спектр отношений [1.С.15.], нежели коммерческая деятельность. Предпринимательской деятельностью, как определено п. 1 ст. 2 ГК РФ, является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Таким образом, факт осуществления физическим или юридическим лицом предпринимательской деятельности является основанием для признания его особым субъектом гражданского права – предпринимателем. Принято выделять следующие признаки субъектов предпринимательской деятельности: 1) наличие хозяйственной правоспособности (компетенции); 2) наличие обособленного имущества, составляющего экономическую базу деятельности данных субъектов; 3) ответственность по обязательствам носит имущественный характер; 4) обязательная государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности [3.С.16-19.].

Признание за лицом статуса предпринимателя является важным юридическим фактом, отмечает В.Ф. Попондопуло, и влечет определенные юридические последствия: во-первых, сделки, заключенные предпринимателем,

презюмируются связанными с его предпринимательской деятельностью и квалифицируются как торговые, т.е. подчиняются специальному режиму правового регулирования; во-вторых, признание за лицом статуса предпринимателя предоставляет ему дополнительные права и возлагает на него дополнительные обязанности, например, исключительное право на использование фирменного наименования (п. 4 ст. 54 ГК РФ) или, обязанность публикации сведений о предпринимателе в едином государственном реестре юридических лиц (ст. 51 ГК РФ) [8. С. 93-94]. Поэтому мы полагаем, что следует выделить еще один дополнительный признак субъекта предпринимательской деятельности – его деловую репутацию как добросовестного предпринимателя, т.е. положительную деловую репутацию, право на которую он может осуществлять с момента государственной регистрации. Таким образом, государственная регистрация является не только моментом возникновения правоспособности субъекта предпринимательской деятельности, но и предпосылкой для возникновения права на его деловую репутацию.

Если говорить о видах субъектов предпринимательской деятельности, то они многообразны, их классификация осуществляется по различным признакам.

Так, В.В. Лаптев проводит классификацию субъектов предпринимательской деятельности по следующим признакам: по форме собственности, на базе которых они действуют; по признаку наличия или отсутствия у них прав юридического лица; по выполняемым ими функциям [2.С.19-21.].

Но из предложенного В.В. Лаптевым многообразия классификаций полагаем, что для характеристики деловой репутации имеет значение классификация субъектов предпринимательской деятельности по выполняемым ими функциям: а) субъекты, непосредственно осуществляющие предпринимательскую деятельность, как основной вид своей деятельности – индивидуальные предприниматели, производственные кооперативы, другие коммерческие организации в соответствии с п. 2 ст. 50 ГК РФ; б) субъекты, которые не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности – некоммерческие организации (п. 3 ст. 50 ГК РФ); в) субъекты, осуществляющие регулирование предпринимательской деятельности – государственные и муниципальные образования, государственные органы и органы местного самоуправления [3.С.21.]. Вместе с тем, как представляется, в данном случае мы не можем согласиться с мнением уважаемого автора, поскольку по нашему представлению выделенный третий вид субъектов предложенной классификации непосредственно не участвует в осуществлении предпринимательской деятельности, понятие которой дано в ст. 2 ГК РФ. Данные субъекты лишь осуществляют публичный контроль за такой деятельностью. Следовательно, государственные и муниципальные образования, государственные органы и органы местного самоуправления являются участниками этих отношений, но не субъектами.

Поскольку правом на деловую репутацию обладают все субъекты предпринимательской деятельности, обратимся к исследованию понятия и характерных признаков деловой репутации данных субъектов.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что *деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности* – это публичная оценка потенциальной способности субъекта к осуществлению предпринимательской деятельности, т.е. как он получает прибыль, не нарушая закон. Причем, мы также полагаем, что особенностью деловой репутации является то, что она характеризует профессиональные качества субъекта на настоящий период его деятельности.

Библиографический список

1. Илюшина, М.Н. Коммерческое право: учеб. пособие; практикум; учеб. программа / М.Н. Илюшина, М.Ю. Чельшев, Р.И. Ситдикова / под ред. Н.А. Баринова. – М.: Юрайт-Издат., 2002.
2. Лаптев, В.В. Субъекты предпринимательского права: учеб. Пособие / В.В. - Лаптев. – М.: Юристь, 2003.
3. Лошкина, С.М. Краткий словарь иностранных слов / С.М. Лошкина. – М.: Сов. энциклопедия, 1966.
4. Материалы судебной практики за 2004 год арбитражного суда РТ. Дело № А65-25356/2003-СГЗ-28 от 25 февраля 2004 г.
5. Материалы судебной практики за 1999 год арбитражного суда РТ. Дело № А65-4817/99-3 от 28 мая 1999 г.
6. Материалы судебной практики за 2000 год арбитражного суда РТ. Дело № А65-8086/2000-СГ2-28 от 21 сентября 2000 г.
7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: «А ТЕМП», 2004.
8. Попондопуло, В.Ф. Коммерческое (предпринимательское) право России: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / В.Ф. Попондопуло. – М.: Юристь, 2006.
9. Пугинский, Б.И. Коммерческое право: учебник / Б.И. Пугинский. – М.: Юрайт, 2000.

Ju. Z. Saharov

DEFINITION OF BUSINESS REPUTATION OF SUBJECTS OF BUSINESS AND OTHERS ECONOMIC UNDERTAKINGS

In the modern time, it is getting evident of necessity of searching of new potentials that vouches for stimulation and stability of development of economic relations. The author of this item has a conception that one of such possibilities is an implementation of rights for business reputation through subjects of business and others economic undertakings. It was made an attempt in this relation to expose of legal nature of business reputation as an intangible thing that is an object of non-property relations, to give its definition, to bare its characters and specific features.