

**Институт деловой репутации субъектов
хозяйственной деятельности: взаимосвязь правовых
и экономических аспектов**

В статье рассмотрены и оценены основные подходы к интерпретации понятия «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности». Дана сравнительная характеристика существующих методов количественной оценки деловой репутации. Показаны междисциплинарный характер института деловой репутации и вытекающие из этого особенности рассмотрении данной категории в экономике и праве.

The article considers and assesses the main approaches to the interpretation of the concept of "business reputation of a business entity." A comparative description of existing methods of quantification of business reputation is given. The interdisciplinary nature of the institution of business reputation and the resulting peculiarities of the consideration of this category in economics and law are shown.

Ключевые слова: деловая репутация, нематериальные активы, деловая репутация субъектов хозяйственной деятельности, индекс деловой репутации, репутационный менеджмент, репутация правообладателя.

Key words: business reputation, intangible assets, business reputation of business entities, business reputation index, reputational management, reputation of the right holder.

Деловая репутация как компонент институциональной среды современного общества отличается своей новизной, актуальностью, междисциплинарным характером, относительно слабой разработкой научной и правовой базы. Авторы статьи полагают, что одной из важнейших предпосылок успеха в деле научных исследований, государственного регулирования и самого развития института деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности является комплексный междисциплинарный подход.

Деловая репутация является одним из объектов исследования в таких областях знания, как экономика, право, социология, психология. В данной статье ставилась задача анализа соотношения и взаимосвязи первых двух аспектов деловой репутации как наиболее значимых и востребованных. Актуальность исследования данного вопроса определяется следующими обстоятельствами. С точки зрения развития научного знания междисциплинарный подход составляет необходимое условие для достижения единообразия в понимании сущности, свойств, внутреннего содержания категории «деловая репутация», для разработки и реализации механизмов решения острых проблем и эффективного ее использования в качестве инструмента управления бизнес-процессами.

Актуальны также практические стороны функционирования института деловой репутации. В сфере предпринимательской деятельности деловая репутация составляет ценный нематериальный актив юридических лиц. Правовые и социально-экономические особенности деловой репутации важны как единый гармонизированный комплекс условий и механизмов репутационного менеджмента в организациях. В качестве самостоятельной гражданско-правовой категория деловая репутация представлена в законодательной и правоприменительной практике. При этом необходим учет экономических аспектов института деловой репутации, что способствует выбору, обоснованию и реализации наиболее правильных, справедливых и эффективных решений.

Деловая репутация как научная категория пока не получила однозначной трактовки. В российском праве определение понятия «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности» как объекта гражданских прав законодательно не закреплено, что является неблагоприятным фактором с точки зрения ее правового регулирования и правоприменительной практики. Среди исследователей нет единого подхода к интерпретации данного понятия.

В публикациях ученых-юристов преобладает представление о деловой репутации как об особой интегральной оценке (мнении) достоинств и недостатков финансово-экономического потенциала, поведения и деятельности корпорации со стороны потребителей, контрагентов и др. Одним из примеров данного подхода может служить следующая формулировка: «деловая репутация – некий образ корпорации, сложившийся в представлениях других лиц» [1, с. 109].

Данный подход ориентирован на раскрытие внутренней природы категории «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности». Он

уместен и даже необходим в концептуально-правовом дискурсе, но оказывается недостаточным при решении практических задач правового (защита деловой репутации компании) или экономического (управление деловой репутацией компании) характера.

Задачам защиты и управления деловой репутацией, регулирования связанных с ней отношений соответствует принятый в международной и российской практике подход к ее определению – рассмотрению как особого вида нематериальных активов, используемых в деловом обороте и влияющих на результаты предпринимательской деятельности. Так, в Гражданском кодексе РФ в п. 1 ст. 1042 закреплено положение о том, что в простых товариществах «вкладом товарища признается все то, что он вносит в общее дело... а также деловая репутация ...». В Постановлении Пленума Верховного суда РФ от 24.02.2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» указано, что деловая репутация юридических лиц является «одним из условий их успешной деятельности» (п. 1 разъяснений судам).

В России нормативное закрепление термина «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности» содержит лишь один документ – ГОСТ Р 66.0.01-2017 «Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы» Пункт 3.1. данного стандарта определяет деловую репутацию субъекта предпринимательской деятельности как «совокупность характеристик, которая определяет оценку деятельности юридического лица или индивидуального предпринимателя с точки зрения их деловых качеств, включая наличие у них финансовых ресурсов, оборудования и других материальных ресурсов, опыта работы и репутации, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации» [2].

Таким образом, понятие «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности» трактуется, в зависимости от специфики предметного подхода к ее оценке, с трех разных позиций:

- как мнение о субъекте хозяйственной деятельности;
- как нематериальный актив субъекта хозяйственной деятельности;
- как деловые качества субъекта хозяйственной деятельности.

Следует также отметить несовпадение в обозначении объекта – обладателя деловой репутации. В упомянутом выше постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 2005 г. использован термин «деловая репутация юридических лиц», а ГОСТ Р 66.0.01-2017 содержит термин «деловая репутация субъектов хозяйственной деятельности». В многочисленных научных

публикациях используется первый термин. Мы же отдаем предпочтение второму термину, поскольку он предполагает более полный охват «носителей» деловой репутации (юридические лица и индивидуальные предприниматели) и представлен в современных нормативных документах - ГОСТ Р 66.0.01-2017 и Письмо ФАС России от 28.06.2018 № АД/48621/18 «О применении статьи 14.1 Федерального закона «О защите конкуренции».

При определении деловой репутации как одного из видов нематериальных активов организации возникает вопрос о методе ее количественной оценки, который имеет несколько вариантов решений.

Приказом Минфина РФ от 27.12.2007 г. № 153н (ред. от 16.05.2016) было утверждено Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» - ПБУ 14/2007. Этим Положением (п. 42) предусматривается, что «для целей бухгалтерского учета стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой ... и суммой всех активов и обязательств...». Деловая репутация, понимаемая как особый вид нематериальных активов организации, который может быть капитализирован только в случае его приобретения при объединении бизнеса. Не подлежат бухгалтерскому учету элементы деловой репутации, созданные самой компанией, ввиду невозможности их объективной оценки.

В соответствии с пунктами 43 и 44 ПБУ 14/2007 положительная деловая репутация учитывается в бухгалтерском учете в качестве отдельного инвентарного объекта и амортизационные отчисления по ней определяются линейным способом. Отрицательная деловая репутация относится на финансовые результаты организации в качестве прочих доходов. В гл. 25 Налогового кодекса РФ в перечне нематериальных активов деловая репутация не упоминается.

Российскому ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» соответствует Международный стандарт финансовой отчетности (МСФО) 38 «Нематериальные активы» (IAS 38) [3]. Следует отметить, что в российских нормативных документах используется термин «деловая репутация», а в МСФО – термин «гудвилл». Содержание этих двух понятий не идентично. На территории Российской Федерации МСФО 38 был введен в действие Приказом Минфина от 28.12.2015 9 № 217н. В п. 3 МСФО 38 указано, что его положения не применяются к гудвиллу, приобретенному при объединении бизнесов, в отношении которого действуют нормы МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнесов» [3].

В МСФО 3 в приложении А дано определение гудвилла – «актив, представляющий собой будущие экономические выгоды, являющиеся результатом других активов, приобретенных при объединении бизнесов, которые не идентифицируются и не признаются отдельно». При этом величина гудвилла рассчитывается как разница между покупной стоимостью активов и их справедливой стоимостью в день совершения сделки, что не совпадает с описанным выше порядком учета деловой репутации по ПБУ 14/2007. В п. 9 МСФО 13 «Оценка справедливой стоимости» [3] справедливая стоимость определяется «как «цена, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в ходе обычной сделки между участниками рынка на дату оценки».

Принципиальной иной подход к оценке деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности принят в российской государственной системе национальных стандартов. ГОСТ Р 66.0.01-2017, утвержденный и введенный в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 21.11.2017 г. № 1795-ст, содержит общие положения, требования, структуру, базовую методологию национальной системы стандартов, используемой для оценки деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности.

В Стандарте дано определение понятия «индекс деловой репутации»: «целое числовое значение в интервале от 0 до 100, присваиваемое заявителю по результатам работы по оценке соответствия требованиям системы стандартов...». Такие оценки осуществляются по инициативе заявителя аккредитованными органами сертификации по единой методологии (факторной модели) с учетом вида хозяйственной деятельности юридического лица или индивидуального предпринимателя. Получение сертификата с оценкой деловой репутации способствует формированию положительного имиджа и повышению конкурентоспособности организации, а также позволяет компаниям создавать систему управления деловой репутацией (репутационный менеджмент), оптимизировать решения по выбору контрагентов, позиционировать себя на рынке (более детально эти вопросы раскрыты, например, в работе «Управление организационными системами» [4]). Сертификаты используются при проведении тендеров, конкурсов. Высокий рейтинг компании положительно влияет на рыночную капитализацию и доступ к источникам внешнего финансирования.

ГОСТ Р 66.0.01-2017 предусматривает использование для оценки деловой репутации математической модели, включающей шесть факторов, каждый из которых интегрирует в себе ряд субфакторов:

1) характеристики финансовых ресурсов, оценивающих эффективность управления финансами (финансовая автономия; финансовая устойчивость; ликвидность; рентабельность; другие субфакторы, дифференцированные по видам хозяйственной деятельности);

2) обеспеченность материально-техническими ресурсами (обеспеченность оборотными средствами; износ основных средств; риск банкротства; субфакторы по виду хозяйственной деятельности);

3) характеристики трудовых ресурсов (характеристики сотрудников – стаж работы, образование, квалификация, награды и звания; субфакторы по виду деятельности организации);

4) опыт работы на рынке (добросовестность; период деятельности; субфакторы по виду деятельности организации);

5) репутация, т. е. восприятие субъекта хозяйственной деятельности клиентами и обществом (цитируемость; наличие сайта; арбитражная практика; отзывы и упоминания в СМИ; субфакторы по виду деятельности организации);

6) управление процессами (сертифицированная система менеджмента; документированное управление качеством; субфакторы по виду деятельности).

Рассматриваемый ГОСТ Р 66.0.01-2017 содержит перечень используемых при добровольной сертификации документов и иных источников информации, методики выполнения каждой расчетной операции, требования к экспертам, порядок организации экспертизы. Сертификат может выдаваться один раз в три года и ежегодно актуализируется.

Предлагаемая ГОСТом модель деловой репутации обладает следующими особенностями:

- представлен конкретный максимально полный перечень элементов (факторов и субфакторов), из которых складывается деловая репутация, в то время как в рассмотренных выше ПБУ 14/2007 и МСФО для оценки деловой репутации используется только один итоговый параметр – стоимость нематериальных активов;

все субфакторы, факторы и итоговый показатель (индекс деловой репутации) имеют числовое выражение;

- при расчете интегральных оценок используются весовые коэффициенты с целью учета значимости каждого фактора и субфактора;

- индекс деловой репутации субъекта хозяйственной деятельности может быть определен по состоянию на любой момент, а оценка деловой репутации (гудвилла) по методам ПБУ 14/2007 и МСФО – только при продаже, объединении бизнесов;

- расчет индекса деловой репутации – трудоемкая и дорогостоящая процедура, для выполнения которой необходимы высококвалифицированные специалисты;

- на основе данного общего ГОСТа формируются отраслевые стандарты.

Таким образом, ГОСТ Р 66.0.01-2017 позволяет, хотя и с некоторой долей условности, детализировать структуру такого многогранного и емкого феномена, как деловая репутация, в то время как ПБУ 14/2007 и МСФО 38 предлагают ограничиться единым интегральным индикатором, основанном на принципиально ином принципе построения.

Существующие в экономической сфере разные подходы к пониманию сущности и к методам оценки деловой репутации субъекта хозяйственной деятельности вполне оправданы и обусловлены спецификой отдельных задач ее использования в деловом обороте и в управлении компаниями.

В пределах экономического подхода к категории «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности» действуют два основных взаимосвязанных направления научных исследований и практической деятельности:

- деловая репутация рассматривается и как объект и как инструмент стратегического планирования и управления компаниями, как фактор формирования конкурентоспособности и позиционирования компании в сфере рыночных отношений;

- приобретенная (при купле/продаже хозяйственного комплекса) деловая репутация выступает в качестве объекта бухгалтерского (финансового) учета.

Если экономический подход к деловой репутации имеет в своей основе процесс ее создания и использования, процесс управления ею, то правовой подход соответствует задаче защиты деловой репутации. В современной научной литературе деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности рассматривается либо как экономическая категория [5; 6], либо как правовая [7; 8]. Значительно реже представлена наиболее продуктивная интерпретация деловой репутации юридических лиц – как экономико-правовой категории [9; 10; 11]. Например, Сошникова М.П. отмечает,

что «Деловая репутация имеет неимущественную ценность для ее обладателя, но в силу своей экономической ценности она приобретает вполне определенный имущественный характер» [10].

Прослеживается также взаимосвязь двух направлений судебной практики – по делам о защите деловой репутации и делам о недобросовестной конкуренции, где в обоих случаях представлено сочетание экономических и правовых начал рассматриваемых отношений. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) в письме от 28.06.2018 г. № АД/48621/18 «О применении статьи 14.1 ФЗ «О защите конкуренции» [12] указала, что данная статья, не допускающая недобросовестную конкуренцию путем дискредитации, наносящей ущерб деловой репутации хозяйствующего субъекта, должна применяться с учетом ряда требований, среди которых представлены следующие:

- «в силу п. 10 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» (с учетом положений Обзора практики рассмотрения судами дел о защите деловой репутации) подобные требования могут быть удовлетворены лишь в случае установления факта злоупотребления правом ... т.е. обращение... продиктовано... исключительно намерением причинить вред другому лицу...»;

- «... порочащими являются сведения... которые умаляют ... деловую репутацию гражданина или юридического лица»;

- «данные подходы судебной практики по защите чести, достоинства и деловой репутации допустимо по аналогии применять» при оценке информации по делам о недобросовестной конкуренции.

При всей значимости рассмотренных положений, они не являются, как нам представляется, исчерпывающими, поскольку оставлена без внимания проблема «паразитической конкуренции» (действиях по недобросовестному использованию чужой репутации), актуальность которой убедительно показана в статье председателя Суда по интеллектуальным правам – Новоселовой Л.А. Как указывает Новоселова Л.А., существенным критерием, необходимым для признания судом наличия в действиях лица признаков «паразитарной конкуренции, является *«намерение нарушителя использовать репутацию правообладателя»* (курсив наш) [8].

Проведенный краткий анализ соотношения и взаимосвязи правовых и экономических аспектов института деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности позволяет сделать следующие выводы:

- многообразие интерпретаций понятия «деловая репутация субъекта хозяйственной деятельности» и подходов к ее оценке оправдано спецификой конкретных задач исследования, управления и правовой регламентации института деловой репутации;

- но такое положение затрудняет достижение большей согласованности и координации при формировании механизмов регулирования института деловой репутации, усложняет для субъектов хозяйственной деятельности понимание своих прав и возможностей в данной области;

- использование принципа междисциплинарного подхода, углубление экономико-правового видения природы института деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности могут составить благоприятную предпосылку дальнейшего развития и совершенствования института деловой репутации в Российской Федерации.

Список литературы

1. Алексеев А.П. К вопросу о понятии деловой репутации корпоративного юридического лица // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2017. – 2. – С. 105–113.

2. ГОСТ Р 66.0.01-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. «Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы» (утв. И введен в действие Приказом Росстандарта от 21.11.2017 № 1795-ст). – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=18514#028464189883484436> (дата обращения: 25.12.2019).

3. Приказ Минфина от 28.12.2015 9 № 217н (ред. от 11.07.2016) «О введении Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации». Приложение № 25 «Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы». Приложение № 31 Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов» Приложение № 40 «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» // URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=176013443109271042451584038&cacheid=D59D0BB41D68F93F3A096EAADC888F8&mode=splus&base=LAW&n=316191&rnd=4CDF92DA9F54AADBC8DF9AB1B582926C#27c57n32j5> (дата обращения: 25.12.2019).

4. Управление организационными системами: учеб. пособие / И.В. Бородушко, Е.С. Янковская. – М.: РУСАЙНС, 2019. – 134 с.

5. Грекова Г.И., Савина Т.С. Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка / Вестн. Новгород. гос. ун-та. – 2012. – № 69. – С. 48–51.

6. Калинин О.И. Формирование механизма управления промышленным предприятием на основе оценки его деловой репутации: автореф. дис. ... д.э.н. – М., 2019.
7. Мордюхов Г.Ю. Способы защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности: автореф. дис. ... к.ю.н. – М., 2017.
8. Новоселова Л.А. «Паразитический» маркетинг: основные симптомы и методы борьбы. Журнал Суда по интеллектуальным правам, №8. 2015 с. 22-28. – URL: <http://www.garant.ru/article/653369/>
9. Лазарева Е.И., Карайчева О.В. Деловая репутация: экономико-правовые технологии оценки и управления применительно к новым условиям хозяйствования // Terra Economicus. – 2013. – № 3. – С. 11–16.
10. Сошникова М.П. Гражданско-правовые и экономические аспекты деловой репутации // Законодательство и экономика. – 2008. – № 1.
11. Карайчева О.В. Деловая репутация как объект гражданских прав: автореф. дис. к.ю.н. – Краснодар, 2014.
12. Письмо ФАС России от 28.06.2018 № АД/48621/18 «О применении статьи 14.1 ФЗ «О защите конкуренции» (план методической помощи на 2018 год, пункт 8)». – URL: http://www.consultant.ru /document/cons_doc_LAW_301552/ (дата обращения: 29.12.2019).

Статья поступила 11.03.2020 г.