

---

## ПОНЯТИЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ И РЕПУТАЦИОННОГО ВРЕДА: ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ

**М.А. Перепелица, В.О. Калягина**

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина  
(Елец, Россия)

**Резюме.** В данной статье уделено внимание проблемным аспектам определения критериев и правил при возмещении ущерба нанесённого деловой репутации физического или юридического лица в результате репутационного вреда. Авторы исследуют содержание и взаимосвязь понятий деловой репутации и репутационного вреда, приводят доктринальные позиции учёных по этому вопросу и их аргументы. Основной мыслью статьи является обоснование вывода о необходимости возмещения материального вреда с целью восстановления имущественного права для защиты деловой репутации в полном смысле слова. Целью статьи является выделение критериев, с помощью которых определяется размер имущественного ущерба деловой репутации лица вследствие нанесённого репутационного вреда. Актуальность статьи обосновывается увеличением возможностей в современном цифровом мире распространять недостоверную и порочащую деловую репутацию лица информацию, что, может, и наносит вполне реальный имущественный вред, выраженный в конкретной сумме, вплоть до банкротства. При исследовании поставленной проблемы автором были использованы общие и специальные правовые методы: формально-юридический, логический, системный, методы анализа и синтеза, обобщение полученной информации. Авторы приходят к выводу, что возмещение убытков вследствие нанесения репутационного вреда является важным и необходимым элементом в системе полноценного восстановления нарушенного права юридического или физического лица, так как его защита будет осуществляться и в сфере имущественного права, и в области неимущественного права. Возмещение убытков в реальных гражданских правоотношениях в сфере нанесения такого вреда деловой репутации поддаётся точному расчёту, который к тому же можно подтвердить юридическими документами и финансовыми (договора, балансы, расчёты и др.).

**Ключевые слова:** деловая репутация, репутационный вред, физическое лицо, юридическое лицо, имущественное право, личное неимущественное право, критерии определения вреда, ущерб, банкротство

**DOI 10.24888/2949-3293-2024-2-5-60-67**

## THE CONCEPT OF BUSINESS REPUTATION AND REPUTATIONAL HARM: PROBLEMATIC ASPECTS

**Maria A. Perepelitsa, Valentina O. Kaliagina**

Bunin Yelets State University  
(Yelets, Russia)

**Abstract.** This article focuses on the problematic aspects of determining criteria and rules for compensation for damage caused to the business reputation of an individual or legal entity as a result of reputational damage. The author explores the content and interrelation of

---

the concepts of business reputation and reputational harm, cites the doctrinal positions of scientists on this issue and their arguments. The main idea of the article is to substantiate the conclusion that it is necessary to compensate for material damage in order to restore property rights, to protect business reputation in the full sense of the word. The purpose of the article is to highlight the criteria by which the amount of property damage to a person's business reputation is determined as a result of the reputational damage caused. The relevance of the article is justified by the increase in opportunities in the modern digital world to disseminate unreliable and discrediting information about a person's business reputation, which can (and does) quite real property damage, expressed in a specific amount up to bankruptcy. In the study of the problem posed by the author, general and special legal methods were used: formal legal, logical, systematic, methods of analysis and synthesis, generalization of the information received. The authors conclude that compensation for losses caused as a result of reputational damage is an important and necessary element in the system of full restoration of the violated right of a legal or physical person, since its protection will be carried out both in the field of property law and in the field of non-property law. Compensation for losses in real civil law relations in the field of causing such damage to business reputation is amenable to accurate calculation, which can also be confirmed by legal and financial documents and financial (contracts, balance sheets, calculations, etc.).

**Keywords:** business reputation, reputational harm, individual, legal entity, property law, personal non-property law, criteria for determining harm, damage, bankruptcy

Понятия «деловая репутация» и «репутационный вред» являются гражданско-правовыми категориями и изучаются в рамках науки гражданского права. Это взаимосвязанные друг с другом правовые явления, так как репутационный вред не может возникнуть, если предварительно у субъекта права не была наработана или сформирована деловая репутация, а деловая репутация – это ценность, которую надо защищать в случае нанесения ей репутационного вреда. Соответственно, деловая репутация, как и все остальные гражданско-правовые блага, нуждается в защите со стороны правопорядка, а репутационный вред в критериях его определения.

Актуальность обозначенной проблемы связана с тем, что в современном мире с его уровнем развития цифровых технологий и сети Интернет увеличились случаи нанесения репутационного вреда организациям и физическим лицам, особенно на рынке высоко конкурирующих товаров и услуг. Распространение ложной и порочащей информации происходит в течение одного дня, практически молниеносно и охватывает широкий круг аудитории, которая является клиентами, инвесторами или потребителями соответствующих услуг или товаров. В результате таких действий наносится не только ущерб в сфере неимущественных прав лица (имиджу, деловой репутации, сложившемуся мнению), а и в сфере имущественных, что выражается в конкретной сумме ущерба. Однако вопрос об определении критериев имущественного ущерба носит дискуссионный характер в науке, а в практике выражен различными методиками его расчёта в зависимости от правовой ситуации и сферы, в которой был нанесён репутационный вред. Между тем вопрос о возмещении такого вреда крайне важен, так как организации или физическому лицу, которому он нанесен, будет мало пользы – если, пусть и в судебном порядке, его «доброе имя» будет восстановлено без возмещения понесённых материальных убытков. Ведь можно уже быть банкротом к концу судебного заседания,

---

---

но с восстановленной деловой репутацией. Поэтому для полной защиты такого блага, как деловая репутация лица – необходимо его восстановление не только в сфере нематериальных прав, но и в материальной области. В свою очередь, это послужит превентивной мерой и для потенциальных правонарушителей, которые даже в случае проигрыша дела в суде могут отделаться всего лишь опровержением неправдоподобной информации и возмещением судебных расходов. А конкурент уже будет финансово слабее. Все эти моменты обуславливают значимость поднятого вопроса.

Сложность и противоречивость деловой репутации выражается в том, что по своей сути она является нематериальным благом, неотъемлемым от физических и юридических лиц. Если в отношении возмещения материального вреда, нанесённого имущественным интересам субъектов права, законодателем детально разработаны механизмы и средства их защиты (конкретные расчёты, экспертизы, понятие упущенной выгоды, просроченные обязательства, проценты и др.), то в отношении такого явления, как деловая репутация и нанесённый ей вред – в теории и практике не сложилось однозначного понимания и разрешения некоторых, существующих в связи с этим проблем.

Одним из наиболее важных представляется вопрос определения суммы (конкретного размера) ущерба, нанесённого деловой репутации физического или юридического лиц, вследствие наступления негативных обстоятельств в виде репутационного вреда. Одни учёные и теоретики права вообще не признают такого понятия, как репутационный вред, а следовательно, вопрос об определении его критериев не имеет место [1, с. 45], [2, с. 97], [3, с. 435]. Применительно к юридическому лицу они аргументируют это тем, что: «...поскольку организация как субъект гражданских отношений - лицо неодушевлённое, искусственная правовая конструкция, не имеющая телесной оболочки, не обладающая сознанием и психикой, поэтому организация ни при каких обстоятельствах не может страдать (мучиться) ни физически, ни нравственно» [5, с. 259].

Другие полагают, что в случае распространения сведений, порочащих деловую репутацию лица – она должна иметь такие же механизмы восстановления, как и возмещение морального вреда, когда речь идёт о клевете в отношении физического лица [4, с. 22], [6, с. 25], [7, с. 138]. Например, А. В. Шачинин пишет, что: «Установленное в пункте 7 ст. 152 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее, ГК РФ), право юридического лица на защиту деловой репутации аналогично праву на защиту деловой репутации гражданина» [10, с. 7]. Мы поддерживаем сторонников второй группы. Во-первых, если продолжить вывод, сделанный А. В. Шачиным, то следует сказать, что будет неправомерным одним субъектам права представлять возможности для защиты своей деловой репутации, а другим – в этом отказывать. Тогда следует признать дискриминационный подход по критерию вида субъекта права. Во-вторых, в правовой науке уже сделан вывод о том, что юридическое лицо – это «правовая фикция», за которой стоят вполне живые физические лица. А значит, при нанесении репутационного вреда – и страдать будут физически лица, стоящие за юридическим лицом (это может быть директор, руководитель такого лица, то есть тот, кто вложил свой труд и средства в создание положительной деловой репутации). И, в-третьих, по нашему мнению, репутационный вред может иметь и имеет вполне серьёзные имущественные последствия для деятельности лица – от падения объёмов продаж до банкротства. Далекое за примерами ходить не надо. Еще двести-триста лет назад, если кто-то имел умысел обанкротить банк, то достаточно было просто объявить через возможные на то время средства

---

---

массовой информации, что в банке нет достаточных средств для возврата вкладчикам, не предъявляя при этом никаких доказательств. И уже на следующий день обеспокоенные вкладчики торопились забрать свои деньги из банка. Это, предсказуемо, приводило к его банкротству. К сожалению, этот «метод» работает и в современном мире.

Здесь нужно обратить внимание на одну важную мысль: деловая репутация как нематериальное явление, берущее своё начало в сфере личных неимущественных прав лица, при нанесении ей репутационного вреда заканчивается областью нарушения имущественных прав, вполне материальных по своей сути. Другими словами, при нанесении репутационного вреда деловой репутации субъекта права, независимо от его статуса и организационно-правовой формы, наступает имущественный ущерб и материальные потери в реальных гражданских правоотношениях. Поэтому, признавая понятие деловой репутации за субъектами права – необходимо выработать и критерии определения её материального выражения.

В науке гражданского права под деловой репутацией в целом понимается общественная оценка, приобретаемая в процессе профессиональной или предпринимательской деятельности, широко распространённое мнение о деловых и профессиональных качествах человека или юридического лица [8, с. 77], [11, с. 76]. Из этого определения можно вывести следующие положения. Во-первых, деловая репутация распространяется на всех без исключения субъектов права – физических лиц, физических лиц – субъектов предпринимательской деятельности, самозанятых субъектов, юридических лиц и их объединений. То есть любой субъект права в результате своей деятельности имеет возможность сформировать такое свойство, как деловая репутация. Во-вторых, деловая репутация не возникает одновременно с момента образования субъекта права (регистрация, сертификация, лицензирование и др.). Как следует из научного определения, деловая репутация должна быть именно приобретена в процессе профессиональной или предпринимательской деятельности лица. Сколько потребуется для этого времени – вопрос открытый, и это зависит от различных факторов и обстоятельств. Возможен и такой вариант, что лицо так и не сможет сформировать о себе деловую репутацию на протяжении длительного времени работы на рынке соответствующих товаров или услуг. А возможен и противоположный вариант – например, в случаях со стартапами. Только что открывшееся юридическое лицо или физическое лицо – предприниматель (самозанятый) менее чем за полгода может приобрести широкую известность и положительную деловую репутацию в результате предоставления новых инновационных услуг или предложения нового подхода к какому-либо виду деятельности и др. Главный момент здесь заключается в том, что деловая репутация не может возникать автоматически с регистрацией юридического лица или физического лица – предпринимателя. В третьих, деловая репутация – это своеобразный пассивный актив в том смысле, что сначала лицо активно работает на её приобретение и закрепление, а затем, на определённом этапе времени, – уже сама деловая репутация приносит ему дополнительные «дивиденды» в полном материальном смысле, потому что повышает экономическую ценность деятельности субъекта и выделяет её среди других аналогичных видов деятельности. Данный вывод можно подтвердить конкретной нормой права: в соответствии с Приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 06.10.2008 г. № 106 н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учёту «Учёт нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) стоимость приобретённой деловой репутации определяется

---

---

расчётным путём как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки. Положительную деловую репутацию следует рассматривать как надбавку к цене, уплачиваемую покупателем в ожидании будущих экономических выгод<sup>1</sup>. И в-четвёртых, понятие деловая репутация не означает только положительный аспект, а может характеризоваться как отрицательная. Отрицательная деловая репутация формируется вследствие двух причин – либо субъект самостоятельно её «заработал», либо его вполне благополучной деловой репутации был нанесён репутационный вред, в результате чего последняя приобрела отрицательный оттенок. Для рассмотрения вопроса о критериях определения репутационного вреда будет правильным определиться с содержанием данной категории.

Репутационный вред понимается в науке гражданского права как неблагоприятные последствия нематериального характера, заключающиеся в утрате положительного отношения клиентов, в том числе потенциальных, контрагентов, инвесторов к определённой организации, наступившие по причине умаления её деловой репутации распространением порочащих ложных сведений [12, с. 278]. Следует согласиться и с выводом А. А. Селина, специалиста в сфере возмещения репутационного вреда, который отмечал следующее: «В гражданском законодательстве следует предусмотреть право юридического лица на компенсацию репутационного вреда, дав ему самостоятельное определение, отличное от понятия морального вреда, причиняемого гражданину» [9, с. 160]. Это правильное утверждение, так как в реальности лицо каждый день несёт имущественные потери в виде падения уровня продаж своих товаров или услуг, не заключённых или досрочно разорванных по инициативе другой стороны контрактов, потери возможности будущих вложений в свою деятельность и её расширения и др. А в конечном итоге, как уже говорилось ранее, – можно прийти и к угрозе банкротства.

Перед тем как изучить вопрос о расчёте ущерба, нанесённого вследствие причинения репутационного вреда, следует сказать, что в законе закреплены для этого все основания. Первое, из чего необходимо исходить, это то, что в соответствии с п. 2 ст. 2 ГК РФ «Неотчуждаемые права и свободы человека и другие нематериальные блага защищаются гражданским законодательством»<sup>2</sup>. И второе закреплено в п. 1 ст. 6 ГК РФ, а именно «в случаях, когда предусмотренные пунктами 1 и 2 статьи 2 настоящего Кодекса отношения прямо не урегулированы законодательством или соглашением сторон, и отсутствует применимый к ним обычай делового оборота, к таким отношениям, если это не противоречит их существу, применяется гражданское законодательство, регулирующее сходные отношения (аналогия закона)»<sup>3</sup>. То есть, исходя уже из данных норм права, следует сразу сказать, что отказать физическому или юридическому лицу в праве на возмещение материального вреда, нанесённого в результате причинения репутационного вреда, является незаконным.

---

<sup>1</sup> Об утверждении положений по бухгалтерскому учёту: приказ Министерства Финансов Российской Федерации от 06.10.2008 г. № 106 н ФЗ // Доступ на СПС Консультант-Плюс».

<sup>2</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51 – ФЗ // Доступ на СПС Консультант-Плюс».

<sup>3</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. № 51 – ФЗ // Доступ на СПС Консультант-Плюс».

---

К критериям, определяющим нанесения репутационного вреда и нарушения имущественного права лица, следует относить следующие: 1) расчёт убытков – сколько клиентов было потеряно с момента распространения недостоверных и порочащих деловую репутацию сведений, и на какую сумму они могли бы приобрести у лица товаров или услуг, если бы такие сведения не имели места; 2) расчёт убытков – сколько было расторгнуто договоров или контрактов с контрагентами и инвесторами о сотрудничестве, и на какую сумму был понесён ущерб в результате этого; 3) расчёт убытков – насколько упал объём продаж товаров, работ, услуг именно за период, с которого порочащие деловую репутацию сведения были размещены, и какая прибыль была в связи с этим потеряна; 4) расчёт убытков – насколько пришлось физическому или юридическому лицу сократить свою деятельность (закрыть филиалы и подразделения, сократить работников, реорганизовать своё производство в сторону сжатия), и какие доходы были утрачены вследствие этих действий); 5) расчёт убытков – какие конкретно расходы понесло юридическое или физическое лицо в результате продажи своей собственности или имущества (иных активов). Здесь речь идёт о тех ситуациях, когда к субъекту права, деловую репутацию которого опорочили, предъявляют претензии по возврату денежных средств контрагенты в рамках проектов, в которые уже вложены такие средства. В результате чего юридическое или физическое лицо вынуждено продавать свои активы, собственность, чтобы погасить эти претензии; 6) расчёт убытков – в случаях увеличения контрольных мероприятий и проверок со стороны государственных органов. Речь идёт о ситуациях, когда в результате распространения негативной и недостоверной информации (о правонарушениях, преступлениях) – к лицу повышается внимание со стороны государственных органов и увеличивается количество проводимых контрольных действий, что, конечно же, отвлекает субъекта права от осуществления им своей основной деятельности, что тоже выражается в материальных потерях. Кроме этого, такое внимание соответственно отпугивает всех добросовестных контрагентов, клиентов и инвесторов от сотрудничества с опороченным субъектом права. Вышеназванные расчёты необходимо подтвердить документально, что также не представляет особой сложности, потому что юридическое или физическое лицо при осуществлении своей деятельности составляет планы, прогнозы и аналитические расчёты на будущие периоды. В некоторых отдельных случаях этого требует закон (например, расчёт ожидаемой прибыли или доходов при уплате определённых видов налогов). Это далеко не исчерпывающий перечень критериев, которые могут материально выразить имущественные убытки и потери юридического или физического лиц, в результате нанесения репутационного вреда их деловой репутации.

Таким образом, возмещение убытков, нанесённых вследствие причинения репутационного вреда, является важным и необходимым элементом в системе полноценного восстановления нарушенного права юридического или физического лица, так как его защита будет осуществляться и в сфере имущественного права, и в области неимущественного права. Возмещение убытков в реальных гражданских правоотношениях в сфере нанесения такого вреда деловой репутации поддаётся точному расчёту, который к тому же можно подтвердить юридическими и финансовыми документами (договора, балансы, расчёты и др.).

---

### Список источников

1. Боннер А. Л. Можно ли причинить моральный вред юридическому лицу? // Российская юстиция. 1996. № 6. С. 43-52.
2. Борисова В. Б. Защита деловой репутации юридических лиц в арбитражном процессе // Эпомен. 2020. № 50. С. 92-97.
3. Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право. Кн. первая. М. 2001. 726 с.
4. Киракосян С. А. Репутационный вред юридического лица: особенности доказывания и судебная практика // Вестник арбитражной практики. 2017. № 2. С. 18-24.
5. Кобзаренок Е. М. Некоторые проблемы правоприменительной практики при рассмотрении гражданских дел о защите деловой репутации // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2020. № 1 (132). С. 256-263.
6. Копьев В. В. Компенсация морального вреда чести и деловой репутации юридических лиц // Закон и право. 2004. № 4. С. 24-27.
7. Мойсиевич И. В. Основные направления совершенствования компенсации морального вреда при защите деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // Электронный научный журнал. 2022. № 5 (32). С. 136-141.
8. Переверзев А. С. Нарушение право юридического лица на деловую репутацию путём распространения сведений // Вестник Ессетукского института управления, бизнеса и права. 2015. № 11. С. 76-79.
9. Селина А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан // Проблемы теории и практики современной науки. 2016. № 5. С. 156-161.
10. Шачинин А. В. Проблемы становления и перспективы развития института возмещения морального вреда: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М. 1995. 32 с.
11. Шокотько М. А. Репутационный вред юридического лица: особенности доказывания // Право и управление. 2022. № 10. С. 75-78.
12. Эрделевский А. М., Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. М.: Вольфрес Клувер, 2004. 458 с.

### References

1. Bonner A. L. Is it possible to cause moral harm to a legal entity? // Russian Justice. 1996. № 6. Pp. 43-52.
  2. Borisova V. B. Protection of the business reputation of legal entities in the arbitration process // Epomen. 2020. No. 50. Pp. 92-97.
  3. Braginsky M. I., Vitryansky V. V. Contractual law. The first book. M. 2001. 726 p.
  4. Kirakosyan S. A. Reputational harm of a legal entity: features of proof and judicial practice // Bulletin of Arbitration Practice. 2017. No. 2. Pp. 18-24.
  5. Kobzarenok E. M. Some problems of law enforcement practice in the consideration of civil cases on the protection of business reputation // Bulletin of the Saratov State Law Academy. 2020. № 1 (132). Pp. 256 – 263.
  6. Kopyev V. V. Compensation for moral damage to the honor and business reputation of legal entities // Law and Law. 2004. No. 4. From 24-27.
-

---

7. Moisieвич I. V. The main directions of improving compensation for moral damage in protecting the business reputation of business entities // Electronic scientific journal. 2022. № 5 (32). Pp. 136-141.

8. Pereverzev A. S. Violation of the right of a legal entity to business reputation by dissemination of information // Bulletin of the Essetuki Institute of Management, Business and Law. 2015. No. 11. Pp. 76-79.

9. Selina A. A. Some questions of the use of refutation as a way to protect the honor, dignity and business reputation of citizens // Problems of theory and practice of modern science – 2016. No. 5. Pp. 156-161.

10. Shachinin A.V. Problems of formation and prospects of development of the institute of compensation for moral damage. Autoref. diss. cand. jurid. M. 1995. 32 p.

11. Shokotko M. A. Reputational harm of a legal entity: features of proof // Law and management. 2022. No. 10. pp. 75-78.

12. Erdelevsky A.M., Compensation for moral damage: analysis and commentary of legislation and judicial practice. 3rd ed., ispr. and add. M.: Voltres Kluver, 2004. 458 p.