



Уточнение определения деловой репутации в правовой науке

Ячменёв Юрий Васильевич, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

доктор юридических наук, профессор; e-mail: yachmenev-yv@ranepa.ru.

Кибенко Михаил Владимирович, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

студент магистратуры; e-mail: mkibenko-17-01@edu.ranepa.ru.

Аннотация

В данной статье предложено уточненное определение понятия «деловая репутация», приведены различные точки зрения юристов на деловую репутацию. Деловая репутация рассматривается как общественная оценка, приобретенная в процессе профессиональной, предпринимательской или иной общественно значимой деятельности, и качеств, присущих этой деятельности, общее или широко распространенное мнение о деловых качествах, достоинствах физического или юридического лица. В исследовании были использованы следующие методы: анализ, сравнение, конкретизация, обобщение, изучение научно-правовой литературы и нормативно-правовых актов.

Ключевые слова: деловая репутация, определение, правовая наука.

Clarification of the Definition of Business Reputation in Legal Science

Yuriy V. Yachmenev, The North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Saint Petersburg, Russian Federation)

Professor, Doctor of Law; e-mail: yachmenev-yv@ranepa.ru.

Mikhail V. Kibenko, The North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Saint Petersburg, Russian Federation)

MA-student; e-mail: mkibenko-17-01@edu.ranepa.ru

Abstract

This article proposes a precise definition of the concept of “business reputation”, presents various points of view of lawyers on business reputation. Business reputation is considered as a public assessment acquired in the course of professional, entrepreneurial or other socially significant activities, and the qualities inherent in this activity, a general or widespread opinion about the business qualities, merits of an individual or legal entity. The following methods were used in the study: analysis, comparison, concretization, generalization, study of scientific and legal literature and legal acts.

Keywords: business reputation, definition, legal science

Несмотря на обширное использование термина «деловая репутация» среди теоретиков правоведов и практикующих юристов до сих пор существует дискуссия на тему того, что является деловой репутацией.

Существуют разные определения, но нет единого. Так что же такое деловая репутация?

Согласно общепринятому определению, деловая репутация — это приобретаемая в процессе профессиональной или предпринимательской деятельности общественная оценка, общее или широко распространенное мнение о деловых качествах, достоинствах человека или юридического лица¹.

Но это определение не отражает всей сути деловой репутации. Иначе говоря, является неточным.

Предлагаем обратиться к пониманию термина «деловая репутация» без контекста юриспруденции, а затем сравнить его с юридическим пониманием.

Согласно Большой российской энциклопедии деловая репутация — отражение в общественном сознании деловых и профессиональных свойств физического или юридического лица, занятого в предпринимательской, иной экономической или социально значимой деятельности, сложившееся в обществе мнение о его достоинствах и недостатках в сфере делового оборота, совокупность качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется и персонифицируется в глазах партнеров, клиентов и пр.²

В первом определении за основу берется такой гибкий и необъективный фактор, как общественная оценка (хоть и сложно отрицать влияние общественной оценки на деловую репутацию). А уже во втором определении упоминается мнение, но за основу определения как суть его берутся объективные данные. Здесь мы сталкиваемся со словом «свойства» вместо слова «оценка». И только следующим шагом повествования во втором определении идет конкретизация («лица, занятого в предпринимательской, иной экономической или социально значимой деятельности») и уточнение тонкостей («сложившееся в обществе мнение о его достоинствах и недостатках в сфере делового оборота»). И даже в уточнениях мы встречаемся с тем, что деловая репутация — это «совокупность качеств и оценок».

В. И. Колосова и Т. Ю. Вавиличева пишут, что некоторые авторы разделяют данную точку зрения³. Далее они упоминают другой подход — разделение понятия «репутация» в целом и «деловая репутация»⁴.

Дело в том, что некоторые авторы рассматривают понятие «репутация» как общественную оценку качеств. Любых качеств. Всех, кроме деловых. А деловую репутацию рассматривают как оценку именно профессиональных качеств лица.

Сначала может показаться, что данная теория удовлетворяет вышеизложенной гипотезе (про необъективность рассмотрения деловой репутации как оценки обществом, а не качеств).

Эта версия была бы хороша, если бы мы давали определение слову «профессионализм». И если добавить словосочетание «совокупность важных для ведения какой-либо профессиональной деятельности качеств» — ситуация не изменится. Мы и не отрицаем взаимосвязь общественной оценки и реально существующих качеств (в противном случае следует употребить слово «качества» вместо «деловая репутация», и данная статья была бы совсем о другом, или была бы не нужна вовсе). Речь идет о том, что в общепринятом определении не хватает слова «качества». В определенной формулировке это сделало бы определение более объективным и согласовало бы теоретическую науку и практику.

Некоторые авторы полагают, что стоит разделять репутацию предпринимателей, называя именно ее деловой, и репутацию всех остальных лиц, занятых полезной для общества деятельностью⁵.

Заметим, что действующее законодательство не дает нам ответа на этот вопрос. Более того, в органических законах данное понятие рассматривается по-разному.

Гражданский процессуальный кодекс РФ (далее — ГПК РФ) позволяет защищать именно деловую репутацию, а не другую категорию только предпринимателям⁶. Арбитражный процессуальный кодекс РФ (далее — АПК РФ), в свою очередь, распространяет это понятие на предпринимателей и иных участников экономики⁷. Верховный Суд считает так же, как и арбитражный: право защищать деловую репутацию есть не только у предпринимателей, но у участников экономической деятельности.

Отличие от предыдущей точки зрения в том, что они рассматривают только терминологическую составляющую, не вдаваясь в подробности определения. Предлагают классифицировать без опоры на содержание определения, если хотите. Поэтому они не говорят о том, что деловая репутация — это оценка именно профессиональных качеств лица. Они берут основное определение, придерживаются его и не оперируют понятиями «оценка» и «свойства». Здесь ученые лишь предлагают новые названия уже известному.

Можно сказать, что подобный подход неудобен и в целом не совсем верный, поскольку будет неверным давать названия или классифицировать, без анализа сути определения.

¹ Тихомиров М. Ю. Защита чести, достоинства и деловой репутации: новые правила. Издательство Тихомирова М. Ю., 2014. С. 2.

² Чуковская Е. Э. Большая российская энциклопедия (БРЭ). ОАО «Большая российская энциклопедия», 2017. С. 118.

³ Колосова В. И., Вавиличева Т. Ю. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны. Вестник Нижегородского университета Н. И. Лобачевского, 2011. № 3 (1). С. 259.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Ст. 152 Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 05.12.2022) [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/12128809/> (дата обращения: 09.03.2023).

⁷ П. 7 ч. 6 ст. 27 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ (ред. от 05.12.2022) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_37800/ (дата обращения: 09.03.2023).

По этой причине возникает множество дополнительных вопросов: в чем разница между деловой репутацией и репутацией любой другой профессиональной деятельности в юридическом смысле? Мы выделяем предпринимателей, потому что их сфера специфична, или, по мнению авторов, их репутация более профессиональная, чем у других? Ответы на эти вопросы не вносят ясность в нашу тему (значение термина «деловая репутация»).

Так, О. Ш. Аюпов утверждает, что деловая репутация это — «образ, который сложился в процессе оценки качеств лица»⁸.

О. В. Гоненко ссылается на то, что согласно Толковому словарю русского языка С. И. Ожегова «образ» в философии понимается как результат отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека. Однако в процессе оценки качеств определенного лица, на основе анализа различных мнений, в сознании каждого складывается не определенный единый образ, а свое собственное мнение, отношение к этому лицу⁹.

Действительно, нет никакого единого образа. Есть только распространяющаяся информация и формирующиеся субъективные мнения.

В высказывании О. В. Гоненко присутствует все, о чем говорилось выше: совокупность качеств и оценок, при этом за основу берутся качества; нет разделения, о каком лице мы говорим — физическом или же юридическом.

Может возникнуть небольшая путаница из-за употребления различных фраз: «совокупность качеств и оценок», «оценка качеств». Но разница в контексте не столь велика. Когда мы даем оценку деловой репутации того или иного физического или юридического лица, мы так или иначе даем оценку его качествам.

О. В. Карачаева полагает, что деловая репутация напрямую и неразрывно связана с экономикой, предпринимательством, так как все приписываемые ей свойства (нематериальна, индивидуализирует лицо, имеет особенное основание возникновения) являются набором нематериальных благ и не означают нематериальные истоки (не обладает нематериальным содержанием)¹⁰.

Нематериальные блага не означают нематериальных истоков деловой репутации, но эти истоки и так достаточно видны и могут сказать о себе. К примеру, если мы говорим о благотворительной организации (то есть некоммерческой организации).

Некоторые методы защиты деловой репутации доказывают, что деловая репутация — это не только оценка, но и качества.

Саму суть деловой репутации помогает понять экономический аспект данного явления.

Как отмечалось выше, деловая репутация не связана с экономикой, с предпринимательством (по крайней мере, не всегда и не напрямую). Но у деловой репутации все же есть экономическая составляющая, часть деловой репутации, чаще всего имеющая предпринимательский характер.

Часто, говоря об экономическом аспекте, деловую репутацию в быту и в работах, а также на практике называют имиджем.

Г. И. Грекова и Т. С. Савина высказывают мнение, что имидж организации — это эмоционально окрашенный образ или представление об организации, формируемое в сознании людей либо в результате целенаправленного воздействия со стороны самой организации, либо стихийно. Исследователи в своей работе не согласны с позицией выставления в один ряд понятий «деловая репутация» и «имидж». «Это две стороны одной медали, каждая из которых выполняет свою функцию и играет особую роль»¹¹.

По мнению В. Бурра: «Хорошая репутация не может быть имитирована конкурентами, поскольку создание нечего сопоставимого требует многих лет. Точная имитация к тому же невозможна и потому, что репутация предприятия может подпитываться из множества источников, таких как качество продукции, инновационные технологии, превосходное обслуживание, компетентный и вежливый персонал и т. п., вклад каждого из которых в ее создание не может быть точно определен»¹².

Приведенные характеристики источников деловой репутации можно также назвать качествами. К примеру, инновационные технологии: компания N использует инновационные технологии, благодаря чему по скорости создания продукции опережает всех конкурентов из этой отрасли.

Так, авторы предлагают ряд основных характеристик репутационного капитала:

- отсутствие материально-вещественной формы;
- неотделимость от предприятия;
- взаимосвязанность элементов;
- сложность репликации и имитации;

⁸ Гоненко О. В. Понятие и признаки деловой репутации юридических лиц в действующем законодательстве. Океанский менеджмент, 2020. № 2 (7). С. 26.

⁹ Там же.

¹⁰ Там же.

¹¹ Грекова Г. И., Савина Т. С. Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка. Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2012. № 69. С. 49.

¹² Цит. по: Грекова Г. И., Савина Т. С. Указ. соч. С. 49.

- продолжительный период формирования;
- легкость и быстрота разрушения¹³.

Анализ этих характеристик позволяет сделать вывод, что это также и снова качества организации.

Например, понятие деловой репутации субъекта хозяйственной деятельности закреплено в нормативно-правовом акте¹⁴. Однако самого понятия «деловая репутация» в правовом акте также нет.

Значение экономического аспекта деловой репутации для деятельности, которой занимается субъект, состоит в том, что формирование и коррекция деловой репутации в составе нематериальных активов компании в идеале выглядят как непрерывный процесс управления репутацией, который, в свою очередь, предполагает оценку сложившейся репутации и определение стратегии ее изменений¹⁵.

Опровержение — это специальный способ защиты гражданских прав, представляющий собой обоснованное отрицание сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию потерпевшего, исходящее от лица, распространившего такие сведения¹⁶. Это верно. И опровержение является достаточно действенным способом защиты деловой репутации.

Задайте себе вопрос: как можно отрицать или доказывать общественное мнение? Примерно так же будет выглядеть защита или опровержение общественного мнения в суде. Поэтому мы доказываем ложность распространенных данных.

В процессе нужно доказывать те или иные объективные положения, точку зрения (конкретного лица или группы лиц), но никак не абстрактное общественное мнение.

Это подтверждается и сделанным ранее выводом о том, что нет никакого единого образа о деловой репутации. Каждый человек формирует свое мнение.

Очернение, как правило, имеет вид перечисления негативных качеств, как бы они ни были сформулированы (начиная от «в данном ресторане подают блюда невысокого качества» и заканчивая примерами в виде «гражданин N регулярно берет взятки», «гражданин N регулярно совершает незаконные действия»).

В юридическом ключе мы говорим о совокупности мнений для того, чтобы составить единое определение, поэтому уточнение «общее или широко распространенное мнение о деловых качествах» следует оставить.

Например, в деле № А08-3000/2016 истцы ООО «Чернянский молочный комбинат», совместно с гражданином А, подали иск в Арбитражный суд с целью признания судом порочащими деловую репутацию гражданина А сведениями, переданными в Следственный комитет Российской Федерации, УМВД России по Белгородской области в виде заявления. Гражданин А является генеральным директором данного общества. Заявление было подано гражданином Б¹⁷.

В итоге выяснилось, что обращение ответчика в органы не имело оснований и данное действие было произведено не ради правосудия, установления порядка в обществе, а ради причинения вреда другому лицу. Так как заявленные сведения не соответствовали действительному положению дел, они порочат деловую репутацию истцов.

Распространенная порочащая информация про гражданина А (физическое лицо) в данном случае является порочащей и для компании. Это происходит в связи с занимаемой гражданином А должностью генерального директора. Так как именно от его лица осуществляется деятельность общества с ограниченной ответственностью в гражданском обороте, его репутация ассоциируется с репутацией компании.

На этом примере видно, что деловая репутация состоит из качеств, которые приобретаются в профессиональной и даже предпринимательской деятельности. А также то, что деловая репутация может быть и у организации, и у конкретного человека.

Рассмотрим еще несколько примеров из правоприменения.

В деле № 2-3918/2019 истица подала иск к ООО «N» с целью признания сведений, содержащихся в письме, направленном на имя начальника ФКУ СИЗО-5, порочащими ее честь, достоинство, подрывающими ее деловую репутацию. Также просила суд о компенсации морального вреда.

¹³ Грекова Г. И., Савина Т. С. Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка. С. 49–50.

¹⁴ В п. 3.1 ГОСТ Р 66.0.01-2017 «Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы» определяет репутацию субъекта хозяйственной деятельности следующим образом — «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». В ГОСТе напрямую говорится, что репутация субъекта хозяйственной деятельности — это совокупность характеристик, имеющих решающее значение при оценивании обозначенного юридического лица с точки зрения деловых качеств. Общероссийский классификатор стандартов (ОКС) ОК 001-2021 (ИСО МКС) 2022 (опубликование — 01.05.2018) код ОКС 03.120.

¹⁵ Бородушко И. В., Кокорин И. С. Институт деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности. Ленинградский юридический журнал, 2020. С. 116.

¹⁶ Холоденко Ю. В., Селина А. А. Опровержение и право на ответ: проблемы применения специальных способов защиты чести, достоинства, и деловой репутации. Известия Алтайского государственного университета, 2017. С. 79.

¹⁷ Решение Арбитражного суда Белгородской области от 27 сентября 2016 г. № А08-3000/2016. URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/QrjBG7f8K5Qw/>

В письме сообщалось об образовавшейся задолженности у нее за услуги по водоотведению и водопотреблению.

Письмо было направлено в учреждение с последующей регистрацией в системе электронного документооборота Федеральной службы исполнения наказаний.

Со слов истицы, после регистрации данное письмо доступно для всех пользователей системы электронного документооборота. Сама истица узнала о письме от начальника после очередного отпуска с выездом. Весь коллектив уже был ознакомлен с письмом.

Действиями ответчика истице причинен моральный вред, выразившийся в нравственных страданиях в сочетании с необходимостью обратиться за медицинской помощью (в результате самих страданий): повышение артериального давления, на фоне высокого давления ухудшилось зрение, появились первые признаки концентрического ремоделирования миокарда, тахикардия. Истица прошла стационарное лечение.

Истица просит взыскать с ответчика ООО «N» компенсацию морального вреда в размере <...> рублей, оплату госпошлины в сумме <...> рублей и направить в учреждение на имя начальника письмо с извинением в части распространения информации, порочащей ее честь и достоинство.

Также истица просила признать жалобу, направленную на имя начальника ГУФСИН и ложные сведения, содержащиеся в ней, порочащими ее честь, достоинство и деловую репутацию, обязать ответчика направить на имя начальника ГУФСИН письменное извинение.

Суд отказал истице в удовлетворении исковых требований.

Для нас интересно, почему отказали.

Между ООО «N» и истицей заключен договор на отпуск питьевой воды из системы городского водоснабжения и водоотведения у абонента сточных вод на условиях, определяемых настоящим договором. Согласно данному договору истица обязуется своевременно производить оплату гарантирующему поставщику за полученную питьевую воду и сброшенные сточные воды. Договор подписан обеими сторонами. Договор подписан с разногласиями, указанными истицей, в том числе указано, что договор действует с момента подписания, в том числе и оплаты.

Учитывая, что задолженность за водоснабжение у истицы имела, сведения, направленные ответчиком ООО «N» работодателям истицы, не являлись заведомо ложными, и суд не нашел оснований для удовлетворения исковых требований. Факт указания ответчиком в письме меньшего размера задолженности не имеет значения для этого дела, поскольку поводом для обращения к работодателю <...> являлось само возникновение у истицы задолженности по водоснабжению, а также ее нежелание идти на контакт с ответчиком по поводу исполнения договора. Так как судом подтверждено наличие задолженности у истицы, то сообщение иным лицам сведений о ее существовании не может являться распространением порочащих сведений¹⁸.

С точки зрения практики, ей отказали в удовлетворении исковых требований согласно закону, а именно п. 7 ПП ВС 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», так как не могут рассматриваться как не соответствующие действительности сведения, содержащиеся в официальных документах, для обжалования и оспаривания которых предусмотрен иной установленный законами судебный порядок.

С позиции юридической доктрины природы правоотношения, истице отказали из-за того, что здесь нет признаков очернения деловой репутации и нет признаков деловой репутации вообще. Речь не идет о том, что у истицы нет деловой репутации. Мы говорим о том, что в самом правоотношении (того, что суд установил) нет признаков правоотношения, сложившегося на тему деловой репутации.

Так как мы не можем оценивать общественное мнение, приходится оценивать качества и текущее положение профессиональных дел данного лица, опять же с целью оценить его (то есть его качества).

В другом деле истец (гражданин А) в иске о защите чести, достоинства, деловой репутации, компенсации морального вреда и взыскании судебных расходов утверждал, что при рассмотрении гражданского дела в Пятигорском городском суде Ставропольского края в ходе судебного заседания были приобщены к материалам гражданского дела письменные возражения на исковое заявление, текст которых порочит его честь, достоинство и деловую репутацию.

Генеральный директор ООО «Экран» гражданин Б официально подал в Пятигорский суд подписанные им письменные возражения, в том числе один из оригинальных экземпляров которого был передан на руки главному бухгалтеру в присутствии истца.

Судом данное письменное возражение гражданина Б было приобщено к материалам гражданского дела.

После ознакомления с возражением гражданина Б истцом было установлено, что в редакции данного возражения гражданина Б (абз. 7 лист 2 возражений и абз. 7 лист 5) ответчиком публично сообщены сведения, порочащие честь истца, его достоинство и деловую репутацию.

¹⁸ Решение Канского городского суда Красноярского края № 2-3918/2019 2-650/2020 2-650/2020 (2-3918/2019); М-3382/2019 М-3382/2019 от 9 октября 2020 г. по делу № 2-3918/2019. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/qTUF9IFJsNxX/> (дата обращения: 24.09.2023).

Факт распространения ответчиком сведений истец подтверждает направленным в суд письменным возражением гражданина Б, в котором сказано: «При повторной проверке трудовой инспекцией уже по заявлению гражданина В, которая проводилась в июне 2020 г., были обнаружены трудовые договоры без подписи гражданина В, но подписанные мною в результате совместных мошеннических действий главного бухгалтера гражданина В и юриста гражданина А». «Эти, мягко сказать, дружеские отношения между юристом и главным бухгалтером похожи на классический сговор с корыстной целью».

Таким образом гражданин Б обвиняет гражданина А в мошенничестве, совершенном группой лиц по предварительному сговору (ч. 2 ст. 159. УК РФ).

Истец просит признать несоответствующими действительности, порочащими честь, достоинство и деловую репутацию гражданина А (истца) сведения, содержащиеся в письменном возращении, направленном в Пятигорский городской суд Ставропольского края ответчиком ООО «Экран», в лице генерального директора гражданина Б по гражданскому делу № 2-1420/2020 по иску гражданина В к данному ответчику; обязать ответчика ООО «Экран» отозвать из Пятигорского городского суда Ставропольского края из материалов гражданского дела № 2-1420/2020 ранее поданные письменные возражения на исковое заявление гражданина В; в резолютивной части решения суда указать способ опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений; взыскать с ООО «Экран» в пользу истца компенсацию морального вреда; взыскать с ООО «Экран» в пользу истца расходы по уплате государственной пошлины.

В судебном заседании истец гражданин А полностью поддержал иски требования.

Ответчик — руководитель ООО «Экран» гражданин Б — иски требования не признал и просил суд в удовлетворении иски требований отказать за необоснованностью. Представил суду письменные возражения на исковое заявление, в которых указывает, что с гражданином А был заключен договор по оказанию юридических услуг.

В тексте отзыва он указал лишь факты, которые подтверждаются документально; информация, указанная в отзыве, передана исключительно только суду и истцу, а не публично, как говорится в иске, тем более без распространения кому-либо. Действия обманного характера, которые, по его (ответчика) личному мнению, осуществлялись истцом, мошенническими (плутовскими, жульническими), так как они преследуют цель принести вред гражданину Б и его предприятию.

Суд отказал истцу в удовлетворении иски требований из-за того, что истец не смог доказать порочащий характер сведений и факт распространения информации, руководствуясь ст. 68 ГПК РФ, 152 ГК РФ и 194–199, 321 ГПК РФ¹⁹.

Как видно, мошеннический характер является характеристикой качеств лица. Но сам по себе факт мошенничества указывает лишь на то, что было совершено преступление и что лицо подлежит привлечению к уголовной ответственности.

В гражданском праве мошенничество (обман, согласно ст. 179 ГК РФ) указывает разве что на характер того или иного лица, то есть является его характеристикой как недобросовестного лица и в некоторых видах деятельности — как непрофессионала. Но, вне зависимости от вида профессиональной деятельности, недобросовестность — это качество. Следовательно, мы снова говорим о качестве физического лица или деловой репутации юридического лица.

Из всего вышеизложенного приходим к выводу, что деловая репутация — это приобретаемые в процессе профессиональной, предпринимательской или иной социально значимой деятельности общественная оценка и свойства данной деятельности качества, общее или широко распространенное мнение о деловых качествах, достоинствах человека или юридического лица.

Литература

1. *Бородушко И. В., Кокорин И. С.* Институт деловой репутации субъектов хозяйственной деятельности. Ленинградский юридический журнал, 2020. № 1 (59). С. 114–123.
2. *Гоненко О. В.* Понятие и признаки деловой репутации юридических лиц в действующем законодательстве. Океанский менеджмент, 2020. № 2 (7). С. 25–28.
3. *Грекова Г. И., Савина Т. С.* Деловая репутация компании: экономическое содержание и оценка. Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого, 2012. № 69-1. С. 48–52.
4. *Колосова В. И., Вавилычева Т. Ю.* Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны. Вестник Нижегородского университета Н. И. Лобачевского, 2011. № 3 (1). С. 258–266.
5. *Тихомиров М. Ю.* Защита чести, достоинства и деловой репутации: новые правила. Издательство Тихомирова М. Ю., 2014.
6. *Холоденко Ю. В., Селина А. А.* Опровержение и право на ответ: проблемы применения специальных способов защиты чести, достоинства и деловой репутации. Известия Алтайского государственного университета, 2017. № 6 (98). С. 78–82. DOI: 10.22394/2686-7834-2023-3-0-0: [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2017\)6-14](https://doi.org/10.14258/izvasu(2017)6-14).
7. *Чуковская Е. Э.* Большая российская энциклопедия (БРЭ). ОАО «Большая российская энциклопедия», 2017.

¹⁹ Решение Предгорного районного суда Ставропольского края № 2-1420/2020 2-1420/2020-М-1267/2020 М-1267/2020 от 29 сентября 2020 г. по делу № 2-1420/2020. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/eSRJa9JfVob/> (дата обращения: 24.09.2023).

References

1. Borodushko, I. V., Kokorin, I. S. Institute of business reputation of business entities [Institut delovoj reputacii sub''ektiv hozjajstvennoj dejatel'nosti]. Leningrad Legal Journal [Leningradskij juridicheskij zhurnal]. 2020, No. 1 (59). Pp. 114–123. (In Rus.)
2. Gonenko, O. V. The concept and signs of the business reputation of legal entities in the current legislation [Ponjatie i priznaki delovoj reputacii juridicheskikh lic v dejstvujushhem zakonodatel'stve]. Ocean Management [Okeanskij menedzhment]. 2020. No. 2 (7). Pp. 25–28. (In Rus.)
3. Grekova, G. I., Savina, T. S. Business reputation of the company: economic content and evaluation [Delovaja reputacija kompanii: jekonomicheskoe sodержanie i ocenka]. Bulletin of the Yaroslav the Wise Novgorod State University [Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Jaroslava Mudrogo]. 2012. No. 69-1. Pp. 48–52. (In Rus.)
4. Kolosova, V. I., Vavilycheva, T. Yu. Business reputation: concept, problems of legal regulation and protection [Delovaja reputacija: ponjatie, problemy pravovogo regulirovanija i ohrany]. Bulletin of the N. I. Lobachevsky Nizhny Novgorod University [Vestnik Nizhegorodskogo universiteta N. I. Lobachevskogo]. 2011. No. 3 (1). Pp. 258–266. (In Rus.)
5. Tikhomirov, M. Yu. Protection of honor, dignity and business reputation: new rules [Zashhita chesti, dostoinstva i delovoj reputacii: novye pravila]. Tikhomirov M. Yu. Publishing House. 2014. (In Rus.)
6. Kholodenko, Yu. V., Selina, A. A. Refutation and the right to answer: the problems of applying special methods of protecting honor, dignity, and business reputation [Oproverzhenie i pravo na otvet: problemy primenenija special'nyh sposobov zashhity chesti, dostoinstva, i delovoj reputacii]. Bulletin of the Altai State University [Izvestija Altajskogo gosudarstvennogo universiteta]. 2017. No. 6 (98). C. 78–82. DOI: 10.22394/2686-7834-2023-3-0-0 [https://doi.org/10.14258/izvasu\(2017\)6-14](https://doi.org/10.14258/izvasu(2017)6-14). (In Rus.)
7. Chukovskaya, E. E. Great Russian Encyclopedia (BRE) [Bol'shaja Rossijskaja jenciklopedija (BRJe)]. OJSC "Big Russian Encyclopedia" [OAO «Bol'shaja rossijskaja jenciklopedija»]. 2017. (In Rus.)