

Интернет-журнал «Отходы и ресурсы» <https://resources.today>  
Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling

2023, Том 10, № 1 / 2023, Vol. 10, Iss. 1 <https://resources.today/issue-1-2023.html>

URL статьи: <https://resources.today/PDF/61ECOR123.pdf>

DOI: 10.15862/61ECOR123 (<https://doi.org/10.15862/61ECOR123>)

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Есенеев, Э. Р. Защита деловой репутации участников предпринимательских отношений / Э. Р. Есенеев // Отходы и ресурсы. — 2023. — Т. 10. — № 1. — URL: <https://resources.today/PDF/61ECOR123.pdf> DOI: 10.15862/61ECOR123

**For citation:**

Yeseneev E.R. Protection of the business reputation of participants in business relations. *Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling*. 2023; 10(1): 61ECOR123. Available at: <https://resources.today/PDF/61ECOR123.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.) DOI: 10.15862/61ECOR123

УДК 338

**Есенеев Эдуард Русланович**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
«Юридический» факультет  
E-mail: eseneev.2002@mail.ru

*Научный руководитель:* **Ахметов Миннегалей Гизятович**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
Доцент Военного учебного центра имени профессора, генерал-майора С.М. Ермакова  
Кандидат военных наук, Член-корреспондент Академии военных наук Российской Федерации  
E-mail: mgahmetov@fa.ru

## Защита деловой репутации участников предпринимательских отношений

**Аннотация.** Автор публикации анализирует особенности защиты деловой репутации участников предпринимательских отношений. Поскольку бизнес имеет большой вклад в развитие экономики страны, необходимо создать максимально комфортную среду для ведения предпринимательской деятельности равно для российских и зарубежных юридических лиц. Субъектами деловой репутации являются все юридические лица, не играет и роли какого они вида, какой организационно-правовой формы. Необходимо также отметить, что изменчивость деловой репутации является важным свойством субъекта предпринимательства, которое может оказать существенное влияние на его деятельность и финансовое положение, что еще раз доказывает ее динамичный характер. При этом автор утверждает, что, осознавая важность и ценность такой категории нематериальных благ, как деловая репутация, с присущей ей уязвимости к негативному воздействию, на законодательном уровне является необходимостью закрепление четкой и надежной системы правовой защиты. В статье представлен достаточно широкий перечень способов защиты деловой репутации. Выбор остается за истцом, именно он определяет для себя какой из способов является предпочтительным и с большей вероятностью ему поможет исправить ситуацию. Отдельное внимание в статье уделено рассмотрению норм, касающихся распространения сведений несоответствующих действительности посредством сети «Интернет», введенные в 2013 году. Более того, в сети «Интернет» большую популярность имеют «форумы», где люди обсуждают в определенной «теме форума» какие-либо вещи, темами могу быть что угодно и очень часто люди могут в негативной форме высказаться о той или иной организации, таким образом умалив ее деловую репутацию. По мнению автора,

необходимо расширить указанный в статье перечень способов, добавив положение про принесение публичных извинений.

**Ключевые слова:** деловая репутация; предпринимательство; предпринимательские отношения; юридическое лицо; санкционное давление; Гражданский кодекс; гражданско-правовые способы защиты; средства массовой информации

## Введение

В условиях современной рыночной экономики доверие и репутация являются ключевыми факторами для успешной бизнес-деятельности. Поэтому, защита деловой репутации участников предпринимательских отношений является актуальной и важной задачей.

Для того, чтобы успешно защитить свою деловую репутацию, необходимо соблюдать законы, правила и принципы бизнеса. Нарушение этих норм может привести к негативным последствиям, таким как ущерб репутации, потеря доверия клиентов, уголовная ответственность и другие.

Кроме того, необходимо следить за своими действиями и поведением, как внутри компании, так и во взаимодействии с общественностью. Негативные комментарии и отзывы могут серьезно повредить деловой репутации, поэтому важно контролировать их и быстро реагировать на них.

Если возникла кризисная ситуация, необходимо иметь четкий план действий для ее разрешения. В таких ситуациях важно сохранять спокойствие, быстро реагировать и принимать необходимые меры.

Одним из важных аспектов защиты деловой репутации является правильное использование социальных сетей. Необходимо следить за тем, что вы публикуете в сети, и как вы комментируете посты других пользователей. Это поможет избежать негативной реакции со стороны клиентов и общественности.

Также необходимо позаботиться о том, чтобы ваши сотрудники были готовы к защите деловой репутации компании. Для этого необходимо проводить регулярные тренинги и обучения, нацеленные на повышение осведомленности сотрудников в области защиты деловой репутации.

Актуальность также отчетливо прослеживается и в том, что в современных условиях, когда Российская Федерация занимает такое положение, в котором подвергается наложению множества санкций со стороны западных стран, функционирование бизнеса становится все затруднительнее и часть бизнесменов была вынуждена закрыть свое дело, таким образом необходимой становится защита продолжающих функционировать и поддержка создания новых бизнес-структур, и их деловая репутация является неотъемлемой частью подобной охраны.

Цель работы — исследование особенностей защиты деловой репутации.

Объект — деловая репутация.

Предмет — защита деловой репутации участников предпринимательских отношений.

## 1. Методы и материалы

При написании данной научной публикации авторы использовали несколько методов: сравнительный метод, анализ нормативно-правовых актов и документов, научных исследований и статей, обобщение полученных результатов, которые позволили достичь целей исследования и получить максимально точные и достоверные результаты. Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть субъекты деловой репутации;
- проанализировать нормативно-правовую базу, регулирующую процесс защиты деловой репутации;
- выделить основные способы защиты деловой репутации;
- рассмотреть особенности законодательства, регулирующие деловые отношения в сети Интернет.

Ключные аспекты деловой репутации участников предпринимательских отношений рассмотрены отечественными авторами. Отдельное внимание было уделено работам Мусалова М.А. [1], Овцыновой Т.А. [2], Шевцова С.С. [3], Архиереева Н.В. [4], Борха С.С. [5] и другим.

## 2. Результаты и обсуждения

Субъектами деловой репутации являются все юридические лица, не играет и роли какого они вида, какой организационно-правовой формы, так как при рассмотрении с такой точки зрения, независимо от целей деятельности, даже некоммерческая организация потенциально обладает деловой репутацией, хоть и целью ее деятельности не является извлечение прибыли, ведь она может осуществлять предпринимательскую деятельность для достижения своих целей.

Кроме того, еще одним важным аспектом, который может влиять на деловую репутацию компании, является качество ее управления. Хорошо управляемая компания, которая имеет четкую стратегию и понятную структуру управления, может создать у потребителей и партнеров впечатление надежности и стабильности. Также, компании, которые могут быстро и гибко реагировать на изменения внешней среды, могут укрепить свою деловую репутацию и защититься от возможных рисков [6].

Однако, компании должны также учитывать, что деловая репутация может быть подвержена риску из-за внутренних проблем и конфликтов. Например, конфликты между руководством и сотрудниками, нарушения этических принципов, или проблемы с безопасностью могут негативно сказаться на деловой репутации компании. Поэтому, компании должны создавать прозрачную и открытую культуру, где сотрудники могут свободно выражать свое мнение и обращаться за помощью в случае возникновения проблем.

Еще одним важным аспектом в поддержании деловой репутации является своевременное и точное информирование заинтересованных сторон о любых изменениях в компании. Компании должны информировать своих клиентов, партнеров, инвесторов и сотрудников о любых изменениях, которые могут повлиять на их интересы. Недостаточное или неправильное информирование может привести к недоверию и негативному отношению к компании.

В целом, поддержание деловой репутации является ключевым аспектом успеха компании, который требует постоянного внимания и усилий со стороны ее руководства и сотрудников. Компании, которые готовы инвестировать в поддержание своей репутации и стремятся к постоянному улучшению качества своей работы, могут получить значительные выгоды в виде увеличения клиентской базы, укрепления позиций на рынке и повышения своей конкурентоспособности [7].

Деловая репутация является одним из ключевых активов любой компании. Это привлекает новых клиентов и партнеров, способствует удержанию существующих, повышает уровень доверия и делает бизнес более успешным. Однако, также важно понимать, что деловая репутация может быть утрачена очень быстро в результате негативных отзывов, скандалов или других неприятных событий. Поэтому, разработка системы правовой защиты деловой репутации является крайне важной задачей для любой компании.

Определение критериев, по которым будет оцениваться деловая репутация, является одним из первых шагов при разработке такой системы. Это могут быть такие показатели, как уровень удовлетворенности клиентов, качество продукции и услуг, наличие сертификатов и наград, рейтинги в социальных сетях и на сайтах, общественное мнение о компании и т. д. На основе этих критериев можно разработать механизмы защиты деловой репутации, а также определить санкции за ее порчу.

Одной из ключевых задач при защите деловой репутации является предотвращение ее порчи. Для этого необходимо уделять особое внимание взаимоотношениям с клиентами, партнерами и сотрудниками, а также регулярно мониторить общественное мнение о компании. В случае возникновения каких-либо проблем и недоразумений необходимо оперативно реагировать и принимать меры по урегулированию конфликта.

Еще одним важным аспектом при защите деловой репутации является обучение сотрудников компании правилам этики и профессионального поведения. Каждый сотрудник должен понимать, как его действия могут повлиять на репутацию компании, и быть готовым к принятию мер по ее защите.

Помимо этого, необходимо разработать механизмы мониторинга соблюдения правил и санкции за их нарушение. Это позволит бизнес-сообществу убедиться, что правила защиты деловой репутации соблюдаются и что нарушения будут наказываться. Кроме того, важно продвигать информацию о важности сохранения деловой репутации и негативных последствиях, которые могут возникнуть в случае ее порчи.

В целом, разработка надежной системы правовой защиты деловой репутации является сложной и многогранной задачей, требующей комплексного подхода и учета многих факторов. Однако, ее успешная реализация позволит бизнесу чувствовать себя защищенным и уверенным в своей репутации, а также способствовать развитию экономики в целом. Кроме того, это позволит компаниям создавать более благоприятные условия для бизнеса и привлекать большее количество инвестиций, что в свою очередь способствует увеличению экономического роста [8].

правовое регулирование способов защиты деловой репутации является важным инструментом для предотвращения или минимизации потенциальных угроз.

Одним из ключевых аспектов правового регулирования защиты деловой репутации является право на рекламу. Реклама является одним из наиболее эффективных инструментов привлечения новых клиентов и укрепления имиджа компании, однако некорректное использование рекламы может нанести ущерб репутации бизнеса. Поэтому, правовые нормы и стандарты, регулирующие рекламу, являются важным аспектом защиты деловой репутации [9].

Кроме того, защита репутации компании включает в себя правовые нормы, регулирующие использование интернет-технологий. Современные технологии, такие как социальные сети, могут оказывать значительное влияние на репутацию компании. Например, отрицательные комментарии в социальных сетях могут быстро распространяться и нанести серьезный ущерб репутации компании. Поэтому, правовые нормы, регулирующие использование интернет-технологий, также являются важной частью правового регулирования защиты деловой репутации.

Важным аспектом правового регулирования защиты деловой репутации является также защита персональных данных. Компании, работающие с персональными данными клиентов, должны соблюдать строгие правила конфиденциальности и защиты данных. Нарушение правил защиты персональных данных может привести к серьезным последствиям для репутации компании и ее клиентов [10].

В целом, правовое регулирование способов защиты деловой репутации является сложной и многогранной задачей. Оно охватывает широкий спектр вопросов, начиная от защиты прав на интеллектуальную собственность и конфиденциальности, заканчивая правилами использования социальных сетей и защитой персональных данных. Поэтому, любой бизнес должен быть осведомлен о правовых нормах и стандартах, регулирующих защиту деловой репутации, чтобы обеспечить эффективную защиту своих интересов и репутации.

Таким образом среди форм опровержения можно выделить: опровержение в средствах массовой информации, в письме определенному лицу, получившему сведения, умаляющие деловую репутацию истца, а также опровержение посредством сети «Интернет».

Видится, что опровержение информации является довольно эффективным способом защиты деловой репутации, так как наиболее наглядно восстанавливает справедливость, устанавливает истину и исправляет сложившуюся ситуацию.

В нормах законодательства имеется и другой способ защиты деловой репутации, как опубликование ответа. По сути своей оно представляется нам, как сообщение адресатам, получившим не соответствующей действительности информацию, собственного видения истца данных сведений.

Оно отличается от опровержения, тем что опровержение в свою очередь производится конкретно распространителем, а не лично истцом, а от признания сведений не соответствующим действительности, тем, что в этом случае ложность информации признает суд.

Субъект деловой репутации, который считает, что оценочное суждение, опубликованное в средствах массовой информации, в какой-либо мере затрагивает данную категорию вправе воспользоваться данным способом защиты и опубликовать свой ответ, комментарий или же реплику конкретно в том же СМИ, чтобы доказать несостоятельность данного суждения, высказав собственное видение. Исходя из этого положения, возникает вполне логичный вопрос, касающийся разграничения таких понятий как ответ, комментарий и реплика, однако законодательно никакого определения им не дано.

Интересно заметить, что в том же Постановлении ВС РФ содержится положение, что подобное оценочное суждение ответчика, в случае невозможности проверки достоверности, не может подлежать применению способов защиты, перечисленных в ст. 152. Однако особенностью ответа является возможность опубликования даже в таком случае с целью оспаривания мнения ответчика, что свидетельствует об универсальности такого способа [11].



Еще одним способом является замена или отзыв документа. Данный способ означает, что документ, который содержал в себе какую-либо не соответствующую действительности информацию и был распространен, должен быть заменен или отозван. Целью, которую носит перед собой данный способ, является устранение источника дезинформации или замена такового на истинный.

Замена документа в какой-то мере может показаться схожей с опровержением, но отличием в данном случае будет выступать то, что при замене не предполагается извещение о предоставлении ложной информации, а предстает, скорее, своего рода самостоятельным защитным механизмом.

Стоит также определиться, что такое документ. Так, например, в Федеральном законе от 29.12.1994 N 77-ФЗ (ред. от 08.06.2020) «Об обязательном экземпляре документов» закреплено: «документ — материальный носитель с зафиксированной на нем в любой форме информацией в виде текста, звукозаписи, изображения и (или) их сочетания, который имеет реквизиты, позволяющие его идентифицировать, и предназначен для передачи во времени и в пространстве в целях общественного использования и хранения».

Исходя из приведенной выше информации, можно понять, что замена и отзыв документа отстраненно от других способов в судебном деле идти не могут, так как не являются полноценно восстанавливающими положения, а будут содержаться в качестве одного из требований наряду с другими способами, например, с возмещением убытка и компенсацией морального вреда.

Юридические лица и ИП, используя свою деловую репутацию, извлекают из этого прибыль, и в случае, если деловая репутация претерпела негативное воздействие, то соответственно для данных субъектов это повлечет различные убытки, как в виде ущерба, например, необходимость проведения каких-либо рекламных акций, пиар-компаний, так и в виде упущенной выгоды.

Между тем, мы понимаем, что определение упущенной выгоды представляется довольно сложным и неточным процессом. Множество экспертов высказывается в сторону этой проблемы, к примеру М.А. Рожкова утверждает, что в судебном разбирательстве крайне сложно оценить размер подобных убытков, последовавших после сообщения умаляющих деловую репутацию не соответствующих сведений. Можем полагать, что такие трудности возникают из-за сложности установления причинно-следственной связи и определения размеров [12].

При всей важности данного способа, также стоит отметить, что извлечь максимальную эффективность можно только при использовании истцом не отдельно его, а в комплексе с другими способами, так как, условно упущенная выгода будет продолжать расти, если не опровергнуть распространенную информацию или не дать ответа на нее.

Также одним из способов защиты деловой репутации является признание судом распространенных сведений не соответствующими действительности, данная категория применяется в случае невозможности установления конкретного ответчика.

В данном случае суд, как и в аналогичных случаях, где требованием истца является любой иной способ защиты деловой репутации, проверяет данные сведения на достоверность, но в резолютивной части нет санкции, обязывающей ответчика к выполнению каких-либо действий, одним из примеров может послужить Решение Одинцовского городского суда (Московская область) от 3 декабря 2019 г. по делу № 2-9724/2019.

Примечательно, что данный способ не может применяться в комплексе с другими способами защиты деловой репутации, так как в их случае наличие ответчика является обязательным, как пример, не представляется возможным определить от кого требовать компенсации, если невозможно установить, кто распространил сведения не соответствующие действительности [13].

Новеллой законодательства являются нормы, касающиеся распространения сведений несоответствующих действительности посредством сети «Интернет», введенные в 2013 году. Опровержение в сети «Интернет» по сути своей сходно с опровержением в СМИ, то есть если информация была опубликована на определенном сайте, то истец вправе требовать опровержения данных сведений на данном сайте.

Также предусмотрена возможность удаления информации из всемирной сети, однако у меня возник вопрос: насколько возможно удалить информацию из «Интернета». Мы ведь знаем, что Всемирная паутина не зря имеет такое название, она настолько обширна и информация в какой-либо мере сохраняется и невозможно в полной мере изъять информацию.

Более того, в сети «Интернет» большую популярность имеют «форумы», где люди обсуждают в определенной «теме форума» какие-либо вещи, темами могу быть что угодно и очень часто люди могут в негативной форме высказаться о той или иной организации, таким образом умалив ее деловую репутацию, но ведь их мнение может быть и сугубо оценочным, а проанализировав судебную практику, я столкнулся с мнением, что оценочные суждения являются выражением субъективного мнения, которое не подлежит оценке, так как таковые сведения не являются утверждением о фактах, которые суд может проверить на соответствие действительности, а потому не являются предметом судебной защиты.

### Выводы

Подводя итог, мы понимаем, что законодательно существует довольно обширный перечень способов защиты деловой репутации, а это значит, что государство по-настоящему печется об участниках предпринимательских отношений. Для самих юридических лиц и индивидуальных предпринимателей наличие такого механизма справедливости, понимание, что в случае умаления их деловой репутации победит правда, является только подспорьем в их развитии.

Однако, к сожалению, мы понимаем, что имеются и проблемы в институте защиты деловой репутации, как например с определением упущенной выгоды или удалением информации из сети «Интернет», возможно чтобы преодолеть данные трудности к разработке добавлений в законодательную базу, касающуюся вопросов защиты деловой репутации, нужно привлекать экономистов и бухгалтеров, чтобы создать инструкцию (определенные критерии) для определения размеров упущенной выгоды, программистов, чтобы тщательнее проработать механизм удаления информации.

Также можно было бы и расширить этот перечень способов, добавив положение про принесение публичных извинений, на мой взгляд, этот способ отлично бы работал в комплексе с другими.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Мусалов М.А. К вопросу о защите деловой репутации юридических лиц // Мировая наука. — 2020. — № 4(37). — С. 599–609.

2. Овцынова Т.А. Особенности доказывания по делам о защите деловой репутации // Вопросы российской юстиции. — 2020. — № 5. — С. 228–235.
3. Шевцов С.С., Киракосян С.А. Деловая репутация в условиях развития цифровых технологий // Legal Bulletin. — 2020. — Т. 5. — № 2. — С. 27–31.
4. Архиреев Н.В. Эффективность судебной защиты деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности // Судья. — 2020. — № 6. — С. 53–59.
5. Борха С.С. Защита деловой репутации юридических лиц // Имущественные отношения в Российской Федерации. — 2021. — № 7(238). — С. 61–69.
6. Ярошевская А.М., Муртазаева А.А. Проблемы защиты деловой репутации юридического лица // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки. — 2021. — Т. 7. — № 1. — С. 395–402.
7. Трофимова Я.Л. Гражданско-правовая защита деловой репутации // актуальные проблемы гражданского права и процесса. — 2019. — С. 222–225.
8. Веверица А.А., Дибляк Д.А. Проблемы определения деловой репутации при защите прав корпораций // Colloquium-journal. — Голопристанський міськрайонний центр зайнятості = Голопристанский районный центр занятости, 2019. — № 15–10(39). — С. 42.
9. Иванова С.А. Гражданско-правовые способы защиты деловой репутации юридических лиц // Вестник МГПУ. — 2023. — С. 57.
10. Джалсанов А.Б. Защита деловой репутации юридического лица // Вестник науки. — 2019. — Т. 4. — № 6(15). — С. 146–150.
11. Бухарова И.В. К вопросу о защите деловой репутации юридического лица в арбитражном суде // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2020. — № 6. — С. 76–78.
12. Абдулфатахов Ф.Г. Проблемы защиты деловой репутации // Проблемы совершенствования законодательства. — 2019. — С. 28–31.
13. Михин Н.К. Проблемы защиты деловой репутации // Аллея науки. — 2021. — Т. 2. — № 5. — С. 670–674.



**Yesenev Eduard Ruslanovich**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: eseneev.2002@mail.ru

*Academic adviser:* **Akhmetov Minnegaley Gizyatovich**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: mgahmetov@fa.ru

## **Protection of the business reputation of participants in business relations**

**Abstract.** The author of the publication analyzes the features of protecting the business reputation of participants in business relations. Since business has a great contribution to the development of the country's economy, it is necessary to create the most comfortable environment for doing business for both Russian and foreign legal entities. The subjects of business reputation are all legal entities, it does not matter what type they are, what organizational and legal form. It should also be noted that the variability of business reputation is an important property of a business entity, which can have a significant impact on its activities and financial position, which once again proves its dynamic nature. At the same time, the author argues that, realizing the importance and value of such a category of intangible benefits as goodwill, with its inherent vulnerability to negative impact, at the legislative level it is necessary to consolidate a clear and reliable system of legal protection. The article presents a fairly wide list of ways to protect business reputation. The choice remains with the plaintiff, it is he who determines for himself which of the methods is preferable and is more likely to help him correct the situation. Special attention in the article is paid to the consideration of the rules regarding the dissemination of information that does not correspond to reality through the Internet, introduced in 2013. Moreover, on the Internet, “forums” are very popular, where people discuss any things in a certain “forum topic”, anything can be topics, and very often people can speak negatively about this or that organization, such thus belittling her business reputation. According to the author, it is necessary to expand the list of methods indicated in the article by adding a provision on making a public apology.

**Keywords:** business reputation; entrepreneurship; business relations; legal entity; sanction pressure; Civil Code; civil law remedies; mass media