

Защита имиджа и деловой репутации работодателя в трудовых спорах с работниками

Аннотация. Статья посвящена анализу влияния трудовых споров на деловую репутацию работодателя. В результате проведенного исследования сопоставлено соотношение понятий имиджа и деловой репутации работодателя, обосновано предложение о необходимости правовой регламентации понятия «деловая репутация работодателя» в трудовом законодательстве, выявлены проблемные аспекты защиты репутации работодателя в рамках трудовых отношений, а также предложены подходы, направленные на минимизацию репутационных рисков работодателей, связанных с возникновением трудовых споров.

Ключевые слова: имидж, деловая репутация работодателя, защита деловой репутации, трудовая правовая комплаенс, трудовые споры

DOI: 10.17803/2311-5998.2026.138.2.093-100



**Регина Рашидовна
ДОЛОТИНА,**
доцент кафедры
трудового права
и права
социального обеспечения
имени К.Н. Гусова
Университета имени
О.Е. Кутафина (МГЮА),
кандидат юридических
наук, доцент
rrdolotina@msal.ru
125993, Россия, г. Москва,
ул. Садовая-Кудринская,
д. 9

Regina R. DOLOTINA,
Associate Professor of the Department of Labor Law
and Social Security Law named after K. N. Gusov
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Cand. Sci. (Law)
rrdolotina@msal.ru
9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Protection of the Employer's Image and Business Reputation in Labor Disputes with Employees

Abstract. The article is devoted to the analysis of the impact of labor disputes on the business reputation of the employer. As a result of the conducted research, the correlation of the concepts of "image" and "business reputation" of an employer is compared, the proposal on the need for legal regulation of the concept of "business reputation of an employer" in labor legislation is substantiated, and approaches aimed at minimizing the reputational risks of employers associated with labor disputes are proposed.

Keywords: image, business reputation of the employer, protection of business reputation, labor law compliance, labor disputes

Деловая репутация работодателя в современных условиях является важнейшим нематериальным активом, от которого во многом зависят конкурентоспособность и успех бизнеса. Трудовые споры между работодателем и работниками способны непосредственно влиять на имидж и репутацию компании. В эпоху развития информационного общества сведения о трудовых

© Долотина Р. Р., 2026

спорах быстро становятся достоянием общественности, что может нанести существенный ущерб имиджу и деловой репутации работодателя. Таким образом, вопрос защиты имиджа и деловой репутации работодателя при возникновении трудовых споров приобретает особую значимость для поддержания стабильности и устойчивости организации.

В Российской Федерации деловая репутация юридических лиц рассматривается как нематериальное благо, охраняемое гражданским законодательством. Согласно ст. 152 Гражданского кодекса РФ юридическое лицо вправе требовать по суду опровержения порочащих его деловую репутацию сведений и возмещения причиненного таким распространением вреда. В то же время трудовое законодательство РФ прямо не упоминает деловую репутацию работодателя и не содержит специальных норм, направленных на ее защиту в рамках трудовых отношений. Данный пробел в правовом регулировании обуславливает необходимость исследования доктринальных подходов и практики в этой сфере.

В научной литературе имидж и деловая репутация юридического лица рассматриваются как близкие, но не тождественные категории.

На современном этапе развития трудовых отношений среди ключевых корпоративных ценностей, составляющих имидж работодателя, называют отношение к работникам, клиентоориентированность, качество товаров и услуг, инновационность, безопасность и общественное мнение об организации.

Принято выделять несколько составляющих корпоративного имиджа: внешнее восприятие компании со стороны клиентов, партнеров и общества¹; внутренний образ организации в глазах самих работников; потребительский имидж, связанный с качеством продукции или услуг; социальный имидж, формируемый участием организации в общественной и благотворительной деятельности²; экологический имидж, отражающий ответственность компании в сфере экологии, и др.

Сочетание этих объективных и субъективных факторов, составляющих имидж работодателя, определяет привлекательность организации для контрагентов. Особую роль в формировании положительного облика юридического лица играет характер отношений между работодателем и трудовым коллективом. Доброжелательное отношение к персоналу, обеспечение достойных условий труда и соблюдение прав работников повышают лояльность сотрудников и укрепляют общую репутацию компании. Напротив, конфликты в коллективе и нарушения трудовых прав способны негативно сказаться на имидже компании и привести к репутационным потерям.

Понятия «имидж» и «деловая репутация» нередко используются как взаимосвязанные. В теории отмечается, что имидж можно рассматривать как образ, более зависимый от субъективного восприятия, а деловую репутацию — как имеющую более устойчивый характер и основанную на реальной оценке деловых качеств. Некоторые авторы указывают, что деловая репутация представляет собой стратегический ресурс компании, имеющий ценность и поддающийся

¹ Сироткина И. В. Построение целостного имиджа компании // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2008. № 1. С. 34—41.

² Костин Д. М. Влияние благотворительности на проблемы формирования положительного имиджа и репутации компании // Наука, техника и образование. 2023. № 2 (90).

управлению, в то время как имидж является производным явлением, которое может быстро меняться под воздействием репутационных факторов³. Несмотря на различия, большинство исследователей сходятся во мнении, что имидж и деловая репутация юридического лица тесно взаимосвязаны и во многом обуславливают друг друга⁴.

Термин «репутация» происходит от латинского *reputatio* — размышление, оценка. Под репутацией понимают сложившееся представление о качествах и свойствах субъекта, основанное на мнении окружающих о его достоинствах и недостатках. Деловая репутация юридического лица определяется в доктрине как совокупность представлений о его деловых качествах и профессиональном поведении, сформированных в процессе осуществления организацией своей деятельности⁵. По сути, это социальная оценка надежности и добросовестности компании.

Е. А. Толмачева предлагает сходное определение, отмечая, что деловая репутация представляет собой нематериальное благо в виде социальной оценки деловых и сопутствующих характеристик организации, основанной на доступной третьим лицам информации о качестве ее продукции, работ или услуг. При этом на практике нередко происходит смешение понятий «деловая репутация», «честь», «достоинство», «доброе имя», что затрудняет правоприменение⁶.

Будучи нематериальным благом, деловая репутация обеспечивается охраной способами, предусмотренными в ст. 152 ГК РФ. Анализ данной нормы показывает, что термины «честь», «достоинство», «деловая репутация» прежде всего адресованы физическим лицам. Контекст п. 2 ст. 1027, п. 1 ст. 1042 ГК РФ свидетельствует о возможности применения термина «деловая репутация» к юридическим лицам. При этом российское законодательство не содержит специальных способов защиты деловой репутации организаций, что приводит к ряду правоприменительных коллизий в виде споров о возможности компенсации морального и репутационного вреда юридическому лицу⁷.

Судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда РФ в определении от 26.10.2015 по делу № 307-ЭС15-5345, А56-17708/2014 указывает, что деловая репутация юридического лица представляет собой профессиональный статус, сформированный в кругу аналогичных профессионалов (таких, как коммерсанты), а также среди лиц, являющихся объектами деятельности данного юридического лица (например, потребителей товаров, работ или услуг)⁸.

Следует заметить, что термин «имидж» в отличие от понятия «деловая репутация» в гражданском законодательстве России не фигурирует и, следовательно,

³ Важенина И. С., Копанцев Д. В. Деловая репутация — стратегическая составляющая жизнестойкости компаний // Журнал экономической теории. 2009. № 2. С. 10.

⁴ Федорова В. А. Соотношение понятий «имидж» и «репутация» предприятия // Экономика транспортного комплекса. 2014. № 23. С. 66—67.

⁵ Слесарев С. А. Деловая репутация // СПС «КонсультантПлюс».

⁶ Толмачева Е. А. Об определении деловой репутации в Российской Федерации // Адвокатская практика. 2022. № 3. С. 20—23.

⁷ Слесарев С. А. Указ. соч.

⁸ СПС «КонсультантПлюс».



самостоятельной гражданско-правовой защитой не обеспечен. Защита имиджа происходит опосредованно путем восстановления положительного образа юридического лица после устранения репутационных потерь. Имидж следовало бы отнести к такой правовой категории охраняемых законом интересов, как потребности субъекта, который нуждается в защите нарушенного права, затрагивающего его деловую репутацию.

Обратим внимание, что более узкую специфику имеет понятие «деловая репутация организации, выступающей в роли работодателя». Несмотря на то что Трудовой кодекс РФ не содержит определений понятий «имидж» и «деловая репутация работодателя», существование данного института трудового права нельзя отрицать. Казалось бы, игнорируя существование данного института в рамках российского трудового права, законодатель преследовал мысль о том, что право на защиту деловой репутации работодателя в достаточной степени урегулировано нормами российского гражданского права. Однако согласиться с этим в полной мере нельзя. Специфика трудовых правоотношений как совокупности прав и обязанностей работодателя и работника, в том числе по охране деловой репутации, демонстрирует потребность в их отдельном отраслевом регулировании, в частности в закреплении понятия «деловая репутация организации-работодателя».

Говоря о деловой репутации работодателя, стоит отметить, что она представляет собой комплексную оценку юридического лица как места работы, основанную на мнениях, впечатлениях и суждениях работников, претендентов, партнеров, клиентов и общества в целом. Деловая репутация работодателя отражает восприятие организации на рынке труда и формирует ее имидж, в том числе среди потенциальных работников.

Деловая репутация работодателя (или имидж организации) складывается из оценок работников, в том числе бывших, соискателей, а также профессиональных сообществ. Репутация определяет привлекательность такого юридического лица для высококвалифицированных специалистов и влияет на его конкурентоспособность на рынке труда. Потенциальные работники могут воздерживаться от принятия решения о трудоустройстве в организацию, чья деловая репутация была негативно затронута судебными разбирательствами с участием работников. Такая ситуация обусловливается возможными опасениями кандидатов относительно последствий для их личной карьеры и их восприятия в профессиональном сообществе.

Деловая репутация юридического лица определяется также родом его хозяйственной деятельности. Во многих случаях интересы юридического лица гарантируются соблюдением кодексов профессиональной этики, отвечающих высоким стандартам профессионального поведения. Однако правовая квалификация применения норм об ответственности именно за нарушение кодексов профессиональной этики вызывает ряд сложных вопросов, так как работодатели не вправе устанавливать какие-либо дополнительные санкции в отношении работников и тем более третьих лиц, не предусмотренные федеральным законодательством. Трудовой кодекс РФ никаких особых мер ответственности за ущерб имиджу и деловой репутации работодателя не содержит.

Результатом превышения полномочий работодателя при применении взысканий (санкций) в адрес работников нередко является обращение работников в

суд с иском о защите их трудовых прав и интересов. Так, нередко работники обращаются в суд с исками о признании незаконными локальных нормативных актов работодателя, о взыскании причитающихся выплат (например, невыплаченной премии, компенсации за неиспользованный отпуск, выходного пособия), о восстановлении на работе, оплате времени вынужденного прогула, компенсации морального вреда и т.п. Судами рассмотрены многочисленные дела о выплате работникам недополученного заработка, об оспаривании дисциплинарных взысканий и иных требований, вытекающих из трудовых отношений⁹. Каждое подобное разбирательство потенциально становится публичным фактом, способным привлечь внимание СМИ, контролирующих органов и широкой общественности.

После обращения работника за судебной защитой нередко следует его публичная реакция на конфликт с работодателем. Нередки случаи, когда сотрудники, чьи права, по их мнению, были нарушены, открыто высказываются о ситуации (публикуют отзывы и комментарии в сети Интернет, на форумах и в социальных сетях, сообщают о проблеме коллегам, обращаются с жалобами в государственные инспекции труда или дают интервью средствам массовой информации). Распространение негативной информации подобного рода способно нанести прямой репутационный ущерб работодателю. Последствиями могут стать снижение доверия со стороны клиентов и партнеров, ухудшение имиджа компании на рынке, падение морального духа внутри коллектива. В экономическом выражении репутационные потери проявляются в снижении продаж, усложнении найма квалифицированного персонала, потере выгодных контрактов.

Таким образом, трудовой спор, переходящий в открытую фазу и становящийся достоянием гласности, несет для работодателя репутационные риски. В то же время следует учитывать, что в российском законодательстве защита деловой репутации работодателя не интегрирована в процедуры разрешения трудовых споров. Если работодатель считает, что распространенные работником или иными лицами сведения нанесли компании репутационный вред, ему приходится прибегать к механизмам гражданско-правовой защиты, в частности подавать отдельный иск о защите деловой репутации в порядке, предусмотренном ст. 152 ГК РФ.

Практика показывает, что для работодателя наиболее эффективным способом сохранить положительную репутацию является предотвращение эскалации конфликта с работником до открытого противостояния. Мирное урегулирование трудового спора, достижение компромисса на его ранней стадии позволяют избежать судебного разбирательства и связанного с ним публичного резонанса, тем самым сохраняя деловую репутацию организации¹⁰. Разрешение возникающих проблем внутри организации путем переговоров, взаимных уступок (в частности,

⁹ См., например: апелляционное определение Московского городского суда от 22.09.2021 по делу № 33-38624/2021, 2-459/2021 ; апелляционное определение Ростовского областного суда от 03.03.2014 по делу № 33-3007/2014 ; апелляционное определение Суда Чукотского автономного округа от 01.02.2018 по делу № 33-3/2018 // СПС «Консультант-Плюс».

¹⁰ Носырева Е. И., Фильченко Д. Г. Правовые возможности урегулирования конфликтов в системе высшего образования // Третейский суд. 2021. № 1. С. 161—168.



с привлечением комиссии по трудовым спорам) минимизирует негативные последствия для обеих сторон. Таким образом, работодатель, заинтересованный в сохранении своего доброго имени, должен стремиться к конструктивному диалогу с работниками и оперативно реагировать на возникновение трудовых споров.

Несмотря на очевидную важность защиты деловой репутации работодателя, в данной сфере выявляется ряд проблемных аспектов. Так, в трудовом законодательстве РФ нет определения понятия «деловая репутация работодателя», равно как и специальных норм, ее защищающих. Все споры данной категории де-факто выпадают из плоскости трудового права и регулируются общими нормами гражданского законодательства. Трудовой кодекс РФ также не предусматривает отдельной ответственности работников за причинение ущерба деловой репутации работодателя. Стоит отметить, что, защищая свою репутацию, работодатель должен соблюсти баланс с правом работника на защиту своих трудовых прав и свободой выражения мнения. Чрезмерно агрессивное противодействие публичным высказываниям работников (например, судебные иски о клевете к сотрудникам) может рассматриваться как попытка ущемления их прав и свобод. В международной практике подчеркивается необходимость охраны законных прав работников, включая право сообщать о нарушениях (институт «осведомителей», whistleblowers)¹¹. Поэтому механизмы защиты репутации не должны превращаться в средство давления на работников, добросовестно отстаивающих свои права.

Для минимизации репутационных рисков работодателей в контексте трудовых споров представляется целесообразным реализовать следующие меры:

- закрепить определение деловой репутации в трудовом законодательстве и установить основы ее защиты. В частности, можно дополнить ТК РФ нормой, обязывающей стороны трудовых отношений воздерживаться от действий, умаляющих деловую репутацию друг друга. Также целесообразно предусмотреть возможность привлечения работника к ответственности (материальной или дисциплинарной) за умышленное нанесение существенного вреда репутации работодателя при условии доказанности таких действий в установленном законом порядке;
- рассматривать строгое соблюдение работодателем норм трудового права как важнейший способ предупреждения трудовых споров и связанных с ними репутационных потерь. Концепция трудового комплаенса подразумевает систематический мониторинг и обеспечение соответствия деятельности организации требованиям трудового законодательства¹². Многие организации разрабатывают внутренние правила, направленные на предотвращение нарушений (включающие, например, контроль за своевременной выплатой заработной платы, соблюдение правил охраны труда,

¹¹ Мамедова Л. А. О законодательной инициативе по обеспечению защиты информаторов // Право и государство: теория и практика. 2022. № 4 (208). С. 194—197.

¹² См. подробнее: Шестерякова И. В., Морозов П. Е. Трудовой комплаенс в аспекте реализации концепции управления персоналом // Вопросы российского и международного права. 2025. Т. 15. № 3А. С. 335—343 ; Морозов П. Е., Шестерякова И. В., Шестеряков И. А. Трудовой комплаенс : учебное пособие / под общ. ред. И. В. Шестеряковой. М. : Проспект, 2025.

заклучение коллективных договоров). Исследователи отмечают, что внедрение системы трудового комплаенса способствует снижению числа конфликтов и дисциплинарных проступков¹³. Тем самым работодатель не только выполняет закон, но и укрепляет свою репутацию добросовестного участника социально-трудовых отношений.

Комплексное применение перечисленных мер позволит существенно снизить вероятность возникновения трудовых споров, а в случае их возникновения — минимизировать негативное влияние на имидж и репутацию работодателя.

Таким образом, деловая репутация работодателя выступает одним из ключевых факторов устойчивого развития организации в долгосрочной перспективе. Проведенное исследование показало, что трудовые споры, возникающие между работодателем и работниками, способны оказать значительное влияние на имидж организации и оценку обществом ее благонадежности.

В заключение следует подчеркнуть, что обеспечение баланса между интересами работодателя в сохранении своей деловой репутации и правами работника на защиту своих интересов — сложная, но решаемая задача. В перспективе дальнейшее совершенствование трудового законодательства и правоприменительной практики в данном направлении позволит сформировать более цивилизованные и доверительные отношения между работниками и работодателями, при которых деловая репутация каждой из сторон будет надежно защищена.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Важенина И. С., Копанцев Д. В.* Деловая репутация — стратегическая составляющая жизнестойкости компаний // Журнал экономической теории. — 2009. — № 2.
2. *Костин Д. М.* Влияние благотворительности на проблемы формирования положительного имиджа и репутации компании // Наука, техника и образование. — 2023. — № 2 (90).
3. *Курицын Я. Д.* Трудовой комплаенс как способ предупреждения нарушений трудового законодательства // Трудовое право в России и за рубежом. — 2023. — № 4. — С. 12—14.
4. *Мамедова Л. А.* О законодательной инициативе по обеспечению защиты информаторов // Право и государство: теория и практика. — 2022. — № 4 (208). — С. 194—197.
5. *Морозов П. Е., Шестерякова И. В., Шестеряков И. А.* Трудовой комплаенс : учебное пособие / под общ. ред. И. В. Шестеряковой. — М. : Проспект, 2025. — 101 с.
6. *Носырева Е. И., Фильченко Д. Г.* Правовые возможности урегулирования конфликтов в системе высшего образования // Третейский суд. — 2021. — № 1. — С. 161—168.
7. *Сироткина И. В.* Построение целостного имиджа компании // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2008. — № 1. — С. 34—41.

¹³ *Курицын Я. Д.* Трудовой комплаенс как способ предупреждения нарушений трудового законодательства // Трудовое право в России и за рубежом. 2023. № 4. С. 12—14.



8. *Слесарев С. А.* Деловая репутация // СПС «КонсультантПлюс».
9. *Толмачева Е. А.* Об определении деловой репутации в Российской Федерации // Адвокатская практика. — 2022. — № 3. — С. 20—23.
10. *Федорова В. А.* Соотношение понятий «имидж» и «репутация» предприятия // Экономика транспортного комплекса. — 2014. — № 23. — С. 66—67.
11. *Шестерякова И. В., Морозов П. Е.* Трудовой комплаенс в аспекте реализации концепции управления персоналом // Вопросы российского и международного права. — 2025. — Т. 15. — № 3А. — С. 335—343.