

---

## ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ ПО ОКАЗАНИЮ РЕЙТИНГОВЫХ УСЛУГ

М.А. Рогачев

Кафедра гражданского права и процесса  
Российский государственный социальный университет  
*ул. Вильгельма Пика, 4, Москва, Россия, 129226*

В статье проанализированы особенности правового регулирования отношений по оказанию рейтинговых услуг. Подчеркивается гражданско-правовой характер данных отношений. Сформулировано авторское определение рейтинговой услуги, определены ее признаки. Проанализированы нормы законодательства, регулирующие оказание услуг. Отмечается, что законодательство об оказании рейтинговых услуг в Российской Федерации фактически находится в стадии формирования. Проанализировано понятие качества рейтинговых услуг, предложена авторская концепция признаков качества рейтинговой услуги. Отмечается, что законодательство не устанавливает никаких обязательных требований к качеству рейтинговых услуг. Установлено, что важным механизмом подтверждения качества оказываемых рейтинговых услуг служит аккредитация рейтинговых агентств. Сделан вывод, что гражданско-правовая природа рейтинговых услуг позволяет рассматривать их в контексте обязательственного права. При этом обязательство по возмездному оказанию рейтинговых услуг является договорным.

**Ключевые слова:** рейтинг, услуга, рейтинговая услуга, законодательство, гражданское право, качество, обязательство, договор.

В современных условиях стремительного развития информационных технологий и фондовых рынков обмен услугами резко увеличивается. Появляются и активно развиваются новые, ранее не известные виды услуг: научно-технические, информационные, консультационные, лизинговые, инжиниринговые и т.д. В условиях постиндустриального общества именно услуги обеспечивают основной прирост ВВП. В сфере услуг уже занято более половины трудоспособного населения планеты.

В России также развивается рынок услуг, все шире в практику внедряются новые, ранее широко не применявшиеся их виды. Связанное с развитием сферы услуг изменение общественных отношений определяет необходимость разработки и внедрения правовых механизмов, обеспечивающих регулирование данной сферы.

Сфера услуг урегулирована Гражданским кодексом, Законом о правах потребителей, рядом специальных нормативных актов. Тем не менее, остаются и пробелы в правовом регулировании. Законодатель не всегда поспевает за стремительно развивающимися общественными отношениями. В этих условиях возрастает роль юридической науки, которая призвана обеспечивать развитие права в соответствии с современными представлениями и потребностями.

Все большее распространение приобретают как в мире, так и в России рейтинговые услуги. Они наиболее востребованы в финансовой и кредитно-банковской сфере, но также применяются и в других областях общественной жизни. Рейтинги разного рода приобретают все большее распространение. Именно на них нередко ориентируются и инвесторы при принятии стратегических решений.

Оказание рейтинговых услуг является предметом гражданско-правового регулирования и осуществляется на основе гражданско-правового договора, который регулируется общими положениями Гражданского кодекса о договоре возмездного оказания услуг. При этом специальные законодательные акты, которые учитывали бы специфику рейтинговых услуг, отсутствуют.

В ст. 128 Гражданского кодекса законодатель относит услуги к объектам гражданских прав, помещая их вместе с работами («работы и услуги»).

В гражданско-правовой доктрине существует дискуссия о соотношении услуги и работы. По этому поводу А.В. Барков отмечает, что «в настоящее время большинство ученых придерживаются мнения о том, что отличие между работой и услугой обнаруживается через направленность деятельности: цель работы состоит в создании новой или обновленной (переработанной) вещи и ее последующей передаче. В обязательствах по выполнению работ деятельность или сам процесс труда важны лишь постольку, поскольку служат предпосылкой для достижения конечного результата, а в услугах деятельность не является предпосылкой к оказанию услуг, она неотделима от положительного эффекта» [4. С. 109–110].

Рейтинговая услуга как юридическое понятие наиболее близко к понятию «информационных услуг», так как услугополучатель, в конечном счете, получает определенную информацию, отражающую место оцениваемого объекта в ряду иных подобных объектов либо общее расположение однородных объектов относительно друг друга. В итоге получатель услуги платит именно за эту специфическую информацию.

Отличие рейтинговых услуг от услуг информационных проявляется в том, что информационная услуга проявляется в добывании информации и доведении ее до заказчика. При оказании рейтинговой услуги услугодатель фактически создает эту информацию, формирует рейтинги по определенным запросам. Следовательно, до создания рейтинга эта информация отсутствовала, но имела некая исходная информация, которую и использует рейтинговое агентство.

По нашему мнению, рейтинговая услуга представляет собой урегулированное нормами гражданского права отношение между рейтинговым агентством и заказчиком (услугополучателем), представляющее собой действие, направленное на получение рейтинга, отражающего место оцениваемого объекта в ряду иных подобных объектов либо общее расположение однородных объектов относительно друг друга.

Представляется возможным выделить следующие признаки понятия «рейтинговая услуга»:

- рейтинговая услуга оказывается профессиональными участниками рынка рейтинговых услуг;
- рейтинговая услуга направлена на получение потребителем достоверной рейтинговой оценки определенного объекта;
- рейтинговая услуга оказывается на основании заключения договора.

В современных условиях рейтинговые услуги получают все большее распространение в силу их востребованности. Составляются рейтинги кредитных организаций, образовательных учреждений и т.д. В западных государствах уже достаточно давно существуют специализированные рейтинговые агентства, которые оценивают кредитоспособность потенциальных заемщиков, эмитентов ценных бумаг, иных участников рынка. Рейтинги, составляемые крупными рейтинговыми агентствами, признаются во всем мире.

В России рынок рейтинговых услуг только начинает складываться. Тем не менее, уже существует несколько национальных рейтинговых агентств. Помимо этого, рейтинговые услуги в России предлагают и ведущие зарубежные рейтинговые агентства.

В гражданском обороте потребность в рейтинговых услугах определяется, прежде всего, тем, что в условиях рыночной экономики субъекты предпринимательской деятельности хотят обладать достоверной информацией о партнерах и контрагентах, их надежности и кредитоспособности. Именно рейтинг может стать определяющим фактором при определении степени доверия в бизнесе. Рейтинги характеризуют уровень устойчивости и платежеспособности юридических лиц, что актуально для всех отраслей промышленности и торговли.

В Гражданском кодексе регулированию отношений по оказанию услуг отводится значительное место. Услуги признаны самостоятельным объектом гражданских прав (ст. 128 ГК РФ). Также получил закрепление в гл. 39 ГК РФ новый тип договора — договор о возмездном оказании услуг. Этот договор, как указано в этой главе, применяется, помимо прочего, в отношении информационных, консультационных и иных услуг. Логично предположить, что в отношении рейтинговых услуг также следует применять положения гл. 39 о возмездном оказании услуг. Данная глава определяет порядок оплаты услуг и предусматривает возможность одностороннего отказа от договора возмездного оказания услуг.

Кроме того, в Гражданском кодексе отношения по оказанию услуг урегулированы также и в рамках иных договорных типов. Например, ст. 783 Гражданского кодекса устанавливает, что общие положения о подряде и положения о бытовом подряде применяются к договору возмездного оказания услуг, если это не противоречит ст. 779–782 Гражданского кодекса, а также особенностям предмета договора возмездного оказания услуг.

Современные авторы отмечают неполноту законодательного регулирования возмездного оказания услуг. Так, Л.Б. Ситдикова утверждает, что договорная модель гл. 39 Гражданского кодекса «...содержит лишь общие положения норм, содержание которых показывает явную недостаточность для эффективного регулирования рассматриваемых нами отношений» [2].

Наряду с Гражданским кодексом, отношения по оказанию услуг регулируются федеральными законами и иными правовыми актами, посвященными отдельным видам деятельности по оказанию услуг.

Про услуги говорит также Федеральный закон «О предоставлении государственных и муниципальных услуг», однако речь в нем идет об услугах, которые могут быть отнесены к числу публичных и не являются предметом гражданско-правового регулирования.

Что касается непосредственно рейтинговых услуг, то они, как уже отмечалось выше, в действующем законодательстве не урегулированы, что можно считать пробелом в нормативно-правовой регулировании. В отдельных законах, тем не менее, упоминается про рейтинги и рейтинговые агентства. Так, в Федеральном законе «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» установлено, что Банк России имеет право предоставлять кредиты без обеспечения на срок не более одного года российским кредитным организациям, имеющим рейтинг не ниже установленного уровня. Перечень рейтинговых агентств, рейтинги которых применяются для определения кредитоспособности получателей кредитов, и необходимых минимальных показателей соответствующих рейтингов, дополнительные требования к получателям кредитов, а также порядок и условия предоставления соответствующих кредитов устанавливаются Советом директоров (п. 1.1 ст. 46) [5].

Федеральный закон от 21.07.2005 № 94-ФЗ (ред. от 30.12.2012) «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», утративший силу, устанавливал, что при размещении заказа на выполнение работ по проведению экспертизы, предусмотренной ч. 27 ст. 28, заказчик-координатор вправе установить обязательные требования к рейтингу участников размещения заказа, который в течение последних двух лет должен быть не ниже рейтинга одного из международных рейтинговых агентств. Соответствующий рейтинг определяется заказчиком-координатором [6].

Существуют и подзаконные нормативные акты, связанные с регулированием деятельности рейтинговых агентств как субъектов гражданско-правовых отношений, предоставляющих рейтинговые услуги.

Таким образом, законодательство об оказании рейтинговых услуг в Российской Федерации фактически находится в стадии формирования. Общественный запрос на такое законодательство уже существует, и актуальность данного вопроса повышается. Остается надеяться, что рано или поздно на него отреагирует и законодатель, учитывая, что оказание услуг подобного рода связано с развитием экономических предпосылок для формирования гражданского общества и современного инновационного развития [1].

Важное практическое значение имеет проблема качества рейтинговых услуг, которая предполагает решение ее правовыми средствами. Сложность данного вопроса определяется тем, что «формирование критериев оценки качества услуг составляет одну из сложнейших проблем правоприменительной деятельности» [3].

Законодательство не устанавливает никаких обязательных требований к качеству рейтинговых услуг. Поэтому в качестве критериев качества можно использовать следующие признаки:

- соответствие условиям договора об оказании рейтинговых услуг;
- соответствие целям обычного использования рейтинговых услуг;
- соответствие целям использования рейтинговых услуг, о которых продавец был поставлен в известность потребителем при заключении договора.

Таким образом, рейтинговые услуги могут быть охарактеризованы как недостаточно качественные, если они не отвечают условиям заключенного договора, либо существующим в данной сфере стандартам, которые могут быть расценены как обычные.

Для оказания рейтинговых услуг надлежащего качества необходимо обладать соответствующими знаниями и профессиональными навыками, опытом соответствующей деятельности, необходимым профессиональным инструментарием.

Важным механизмом подтверждения качества оказываемых рейтинговых услуг служит аккредитация рейтинговых агентств. Такая аккредитация учитывает показатели профессионализма, опыт работы агентства, наличие необходимых профессиональных инструментов и методологических механизмов. Таким образом, наличие у рейтингового агентства соответствующей аккредитации является определенной гарантией того, что потребитель получит услуги надлежащего качества. Оказывая некачественные услуги, рейтинговое агентство рискует своей репутацией. Потеряв репутацию и лишившись аккредитации, такое агентство потеряет и своих клиентов. Поэтому рейтинговому агентству выгодно оказывать услуги высокого качества и постоянно подтверждать свою репутацию.

Необходимо отметить, что наличие аккредитации может выступать только одним из косвенных аргументов в пользу качества предоставляемых рейтинговых услуг. В каждом конкретном случае наличие аккредитации еще не свидетельствует о качестве оказанной услуги и высоком уровне качества предоставленного рейтинга. В современных российских условиях ценность аккредитации снижается отсутствием законодательного регулирования рынка рейтинговых услуг, отсутствием необходимой нормативной базы. Развитие экономики ставит этот вопрос достаточно остро.

Можно сделать следующие выводы о качестве рейтинговых услуг:

- качество рейтинговых услуг сложно поддается точной оценке;
- критерии оценки качества рейтинговых услуг не являются абсолютными;
- в законодательстве решение вопроса определения качества оказываемых услуг отсутствует.

В основу оценки качества рейтинговых услуг могут быть положены различные параметры, но главное — соответствие полученного результата тем целям и задачам, которые стоят перед потребителем услуги.

В целом, следует отметить, что гражданско-правовая природа рейтинговых услуг позволяет рассматривать их в контексте обязательственного права. При

этом обязательство по возмездному оказанию рейтинговых услуг является договорным. Оно возникает в результате заключения договора на основе действующего гражданского законодательства. Если одной стороной данного договора выступает физическое лицо, ответственность может наступать с учетом норм закона «О защите прав потребителей». Указанное обязательство подразумевает также возможность применения судебных (исковых) способов защиты. Ответственность сторон за нарушение договора возмездного оказания рейтинговых услуг регулируется общими положениями Гражданского кодекса Российской Федерации.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Рогачева Л.И. Общественные связи как фактор формирования гражданского общества в России // Социальная политика и социология. — 2009. — № 2.
- [2] Ситдикова Л.Б. Нормативная модель договора на возмездное оказание услуг // Российский судья. — 2008. — № 1.
- [3] Ситдикова Л.Б. Критерии оценки качества в сфере оказания услуг // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Юридические науки». — 2013. — № 2.
- [4] Сфера услуг: гражданско-правовое регулирование: сб. статей. — М.: Инфотропик Медиа, 2011.
- [5] Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86-ФЗ (в ред. от 28.12.2013) // СЗ РФ. — 2002. — № 28.
- [6] Федеральный закон от 21.07.2005 № 94-ФЗ (ред. от 30.12.2012) «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (утратил силу) // СЗ РФ. — 2005. — № 30 (ч. 1).

### CIVIL REGULATION OF THE RELATIONS OF RATING SERVICES

**M.A. Rogachev**

The Department of Civil Law and Procedure  
Russian State Social University  
4, Wilhelm Pieck st., Moscow, Russia, 129226

The article analyzes the peculiarities of legal regulation of relations to provide rating services. Emphasizes the civil nature of these relations. The author's definition of the rating services, defining its symptoms. Analyzed legislation governing the provision of services. It is noted that the legislation on the provision of rating services in the Russian Federation is actually in the process of formation. Analyzes the concept of quality of rating services, authorized concept features quality rating services. Notes that the law does not impose any mandatory requirements to the quality of the rating services. Found that an important mechanism for confirming the quality of the rating services is accredited rating agencies. Concluded that the civil-legal nature of the rating services allows us to consider them in the context of the law of obligations. At the same obligation on rendering the rating services is negotiable.

**Key words:** rating, service rating, service law, civil law, quality, commitment, contract.

## REFERENCES

- [1] *Rogacheva L.I.* Obshhestvennye svyazi kak faktor formirovaniya grazhdanskogo obshhestva v Rossii // *Social'naja politika i sociologija*. — 2009. — № 2.
- [2] *Sitdikova L.B.* Normativnaja model' dogovora na vozmezdnoe okazanie uslug // *Rossijskij sud'ja*. — 2008. — № 1.
- [3] *Sitdikova L.B.* Kriterii ocenki kachestva v sfere okazaniya uslug // *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Serija «Juridicheskie nauki»*. — 2013. — № 2.
- [4] *Sfera uslug: grazhdansko-pravovoe regulirovanie: sb. statej*. — M.: Infotropik Media, 2011.
- [5] Federal'nyj zakon «O Central'nom banke Rossijskoj Federacii (Banke Rossii)» ot 10.07.2002 № 86-FZ (v red. ot 28.12.2013) // *SZ RF*. — 2002. — № 28.
- [6] Federal'nyj zakon ot 21.07.2005 № 94-FZ (red. ot 30.12.2012) «O razmeshhenii zakazov na postavki tovarov, vypolnenie rabot, okazanie uslug dlja gosudarstvennyh i municipal'nyh nuzhd» (utratil silu) // *SZ RF*. — 2005. — № 30 (ch. 1).