

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті запропоновано при проведенні оцінки репутації замість нарахування балів за досягнення певних показників, що підвищують репутацію, ввести штрафні бали за невідповідність еталонному рівню. Розглянуто основні ознаки втрати репутації. Виділено основні ймовірні події, які знижують досягнутий рівень репутації.*

**Ключові слова:** репутація, ризики, корпоративне управління, результативність діяльності, рейтинг, оцінка.

**Вступ.** Необхідність оцінки репутації викликана її зростаючим впливом на інші показники господарської діяльності. Так, за даними глобального дослідження, проведеного у 2006 р. компанією Interbrand та журналом Business Week, вартість «невідчутних цінностей» – торгової марки, бренду компанії може складати до 70% її ринкової капіталізації. Зниження індексу репутації на 1% викликає падіння ринкової вартості на 3%.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Для того, щоб визначити ступінь впливу репутації на ринкову вартість бізнесу, необхідно оцінити саму величину репутації. Існуючі методи оцінки репутації у більшості праць поділяються на кількісні та якісні [1–3].

На наш погляд, використання вартісних методів оцінки репутації є нецільним, оскільки ґрунтується не на оцінці думки стейкхолдерів, а на оцінці фінансових показників діяльності підприємства, які швидко змінюються. Недоліком цих методів у площині взаємозв'язку з ринковою вартістю підприємства є той факт, що при визначенні репутації вже враховується досягнутий рівень ринкової вартості. Тобто у цьому випадку допускається лише пряма залежність від фінансових результатів компанії, за низьких результатів приймається, що репутація відсутня.

Головна ідея якісних методів полягає в тому, що середнє арифметичне від багатьох суб'єктивних думок і є одним об'єктивним поглядом на репутацію. До цієї групи методів відносять метод соціологічних опитувань, рейтинговий метод, експертний, рекомендаційний та статистичний.

В основі рейтингового методу лежить складання рейтингів ділової репутації підприємства незалежними організаціями. Крім рейтингів ділової репутації існують близькі до них рейтинги корпоративного управління, в рамках яких оцінюються багато факторів, що безпосередньо впливають на рівень ділової репутації.

У ряді праць наведено спроби описати залежність ринкової вартості бізнесу від позиції підприємства у репутаційному або близькому до нього корпоративного рейтингу.

**Постановка завдання.** На сучасний момент провести дослідження впливу положення підприємства в існуючих репутаційних рейтингах на його ринкову капіталізацію не є економічно можливим. Найбільш відомим рейтингом репутації в Україні є рейтинг «Найбільш поважні компанії України» (The Ukraine's

Most Reputable Companies), який щорічно проводиться Reputation Institute. Лідерами за рівнем репутації у 2008–2010 рр. є або непублічні компанії, або компанії, які не котируються на фондовому ринку. Підприємства гірничо-металургійного комплексу, які нами обрані як об'єкти дослідження, набрали недостатню кількість оцінок, оскільки «їх корпоративний бренд погано відомий населенню України» [4].

Тому необхідна розробка методики оцінки ділової репутації підприємств України, яка б враховувала всі специфічні особливості діяльності кожного гірничо-металургійного підприємства.

**Викладення матеріалу та результати.** В аналітичному огляді Ernst@Young [5], зазначено, що на діяльність гірничорудних підприємств репутаційні ризики мають незначний вплив. В Україні це можливо пояснити через монопольне становище цих підприємств на ринку та той факт, що більшість їх входить до вертикально інтегрованих холдингів, що означає наявність єдиних норм у сфері корпоративного управління, соціальної відповідальності, ціноутворення тощо.

Тому нами пропонується визначати рівень репутації на основі формування комплексу оцінок за:

- факторами репутації, які наведено у методиці RepTrak™: продукція, корпоративне управління, результативність, інновації, соціальна відповідальність, умови праці, лідерство.

- ймовірністю настання подій, які мають конструктивний вплив на репутацію: банкрутство, корпоративний конфлікт, техногенна катастрофа, зміна власника тощо.

При проведенні оцінки репутації за рядом якісних та кількісних параметрів, формується її так звана раціональна складова. Нами дещо змінено порядок присвоєння оцінок за кожним фактором репутації. Замість нарахування балів за досягнення певних показників, що підвищують репутацію, запропоновано ввести штрафні бали за невідповідність еталонному рівню. Тобто оцінка проводиться за рядом дестимулюючих ознак.

За кожним з драйверів репутації нараховується максимальна кількість балів – 100, виділяють основні дестимулятори, які знижують рівень репутації за кожним з них, та проводиться їх оцінка в балах. З урахуванням оцінки дестимулюючих факторів визначається фактична кількість балів за кожним фактором. Коефіцієнти вагомості кожної групи взяті з дослідження Reputation capital у 2010 р. [6], оскільки вони характеризують рівень сприйняття різними групами стейкхолдерів структури репутації українських компаній.

Узагальнюючий показник репутації в балах визначається як середньозважена кількість балів за кожним фактором репутації. Бальну оцінку дестимулюючих ознак репутації наведено у табл. 1.

Розглянемо більш детально основні ознаки втрати репутації підприємства.

За фактором продукції, основним ризиком є зниження рівня її конкурентоспроможності, що призводить до погіршення репутації підприємства, оскільки найкраща продукція позиціонується на ринку з конкурентами. Показниками, які дозволяють оцінити зниження репутації, є: низька якість продукції, обмежений строк життєвого циклу підприємства, незадовільний рівень засвоєння виробничої потужності, висока собівартість продукції, відсутність виходу на іноземні ринки. Діагностування цих ознак втрати репутації може призвести до нарахування штрафних балів у діапазоні від 0 до 65 балів.

За фактором корпоративного управління, основним ризиком є зниження його рівня. Дестимулюючими факторами корпоративного управління є: порушення норм у сфері розкриття інформації, непрозора структура та невідповідність організаційної структури управління, відсутність котирувань на фондових ринках, мала кількість акцій у вільному обігу, несплата дивідендів.

Таблиця 1

## Бальна оцінка дестимулюючих ознак репутації

№ з/п	Параметр оцінки репутації та ознаки, що знижують її рівень	Штрафні бали	к вагомості, %
<b>1</b>	<b>Продукція</b>	<b>0–65</b>	21
1.1	Низька якість продукції (за рядом параметрів)	0–30	
1.2	Обмежений строк життєвого циклу підприємства	0–10	
1.3	Низький рівень засвоєння виробничої потужності (менше 85%)	0–5	
1.4	Собівартість продукції вища, ніж у конкурентів	0–5	
1.5	Наявність негативної тенденції до зниження обсягів виробництва	0–10	
1.6	Частка продукції, що експортується, не перевищує 50%	0–5	
<b>2</b>	<b>Рівень корпоративного управління</b>	<b>0–60</b>	17,5
2.1	Несвоечасність подання звітності та неповне розкриття інформації перед регулюючими органами, відсутність оприлюдненої інформації, яка передбачена чинним законодавством	0–5	
2.2	Наявність великої кількості негативної, неперевіреної інформації в ЗМІ	0–10	
2.3	Відсутність доступної інформації для різних груп стейкхолдерів	0–5	
2.4	Невідповідність організаційної структури, виконавчого органу підприємства існуючим довгостроковим цілям розвитку суб'єкта господарювання	0–5	
2.5	Непрозорість компанії	0–5	
2.6	Відсутність котирувань на фондових біржах	0–10	
2.7	Низька кількість акцій в обігу	0–10	
2.8	Несплата дивідендів	0–10	
<b>3</b>	<b>Результативність діяльності</b>	<b>0–40</b>	14,3
<b>4</b>	<b>Інновації</b>	<b>0–30</b>	11,9
4.1	Високий ступінь зносу основних засобів	15	
4.2	Низький ступінь технічної озброєності виробничого процесу	15	
<b>5</b>	<b>Соціальна відповідальність</b>	<b>0–60</b>	11,4
5.1	Великі обсяги викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище	20	
5.2	Наявність штрафів за перевищення лімітів викидів	15	
5.3	Відсутність соціальних проектів	10	
5.4	Відсутність фінансування бюджетних програм	15	
<b>6</b>	<b>Умови праці</b>	<b>0–40</b>	10,9
6.1	Низька заробітна плата	20	
6.2	Низький рівень безпеки на виробництві	10	
6.3	Відсутність програм розвитку персоналу	10	
<b>7</b>	<b>Лідерство</b>	<b>0–20</b>	13
	<b>Всього</b>		100

Основним джерелом ризику для репутації є неповне розкриття обов'язкової інформації, відсутність достовірної інформації для всіх груп стейкхолдерів, оприлюднення несприятливих відомостей, фактів, експертних суджень, оцінок, припущень та думок, що впливають або здатні вплинути на добре ім'я компанії («adverse publicity»).

На сьогодні в Україні постійно діють дві загальнодоступні інформаційні бази даних: система розкриття інформації на фондовому ринку (<http://www.smida.gov.ua>) та база даних ДКЦПФР (<http://www.stockmarket.gov.ua>).

У той же час слід зазначити, що навіть за умов наявності такого доступу завжди є ризик того, що угоди з купівлі-продажу акцій можуть укладатись в умовах неповної або недостовірної інформації. У Законі «Про цінні папери та фондовий ринок» та положенні ДКЦПФР передбачено лише найбільш поширені види регулярної та особливої інформації. Насправді перелік цієї інформації набагато більший та включає будь-які події, що можуть вплинути на репутацію підприємства та, відповідно, на його вартість.

Так, в 2010 р. було оголошено про злиття ПАТ «Маріупольський меткомбінат ім. Ілліча» з холдингом «Метінвест». При цьому ціна акцій зазначеного підприємства на ПФТС зменшилась з 3 грн за акцію (у липні 2010 р.) до 1 грн (у вересні 2010 р.), що відображає негативні очікування інвесторів від можливих змін з боку нових власників, хоча об'єктивних змін у фінансово-економічних показниках діяльності підприємства не відбулось.

Стосовно кількості акцій у вільному обігу, то у закордонній практиці підприємство розглядається як публічне та може бути розглянуте у рейтингу Financial Times «500 найбільших компаній світу за капіталізацією», якщо у вільному обігу знаходиться не менш ніж 15% акцій. Менша кількість акцій призводить до того, що підприємство вважається закритим, а котирування не об'єктивно відображають ринкову вартість бізнесу.

Діагностування цих ознак втрати репутації за фактором корпоративне управління може призвести до нарахування штрафних балів у діапазоні від 0 до 60 балів.

За параметром результативності діяльності, основним дестимулюючим фактором є погіршення фінансового стану. Оскільки репутація формується із сукупності оцінок переважно зовнішніх стейкхолдерів, то методика оцінки фінансового стану має бути інформаційно забезпеченою, повною та зрозумілою для цієї групи споживачів.

Найбільш доцільним є використання комплексних методик оцінки з використанням узагальнюючого показника, оскільки це дозволяє всебічно оцінити стан підприємства порівняно з аналогічними підприємствами галузі. Комплексні оцінки підприємств можуть варіювати від 0 до 1. У випадку, якщо значення фінансового коефіцієнта від'ємне, то значення нормованого коефіцієнта прирівнюється до нуля. У комплексному показнику враховуються однонаправлені коефіцієнти фінансового стану, а саме ті, що збільшуються при покращанні фінансового стану (ліквідність, ділова активність, фінансова стійкість та рентабельність).

Прийmemo, що значенню показника комплексної оцінки, що дорівнює 1, відповідає 100 балів репутації за фактором результативності. Зниження показника комплексної оцінки свідчить про зниження балів репутації, а отже, і до нарахування штрафних балів. До переваг цієї методики можна віднести нескладність розрахунків, порівняння фінансового стану підприємств між собою, однозначність отриманих результатів.

Ризик втрати репутації за параметром «інновації» виникає внаслідок наявності високого ступеня зносу основних засобів та низької технічної озброєності виробничого процесу.

Соціальна відповідальність – це взаємовідносини, які виникають між підприємством з одного боку та стейкхолдерами з іншого з приводу здійснення заходів соціального, економічного та етичного характеру, спрямованих на дотримання прав людини, покращання умов проживання та роботи, підвищення безпеки праці, підняття рівня добробуту, створення умов для самореалізації, вдосконалення взаємовідносин зі стейкхолдерами, вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем, зменшення та усунення негативного впливу на довкілля результатів діяльності і покращання його стану, раціональне використання природних ресурсів, зростання багатства суспільства в цілому, що перевищують за своїм характером законодавчо встановлені мінімальні вимоги, і базуються на принципах узгодженості із законодавством та регулюванням, добровільності взятих зобов'язань, включення та залучення зацікавлених сторін і тих, хто потрапляє під вплив поза своєю волею, відповідальності, прозорості, етичної поведінки, гнучкості до відображення різноманітності та потреб, сталого розвитку та соціальної спрямованості.

Як дестимулюючі фактори соціальної відповідальності нами розглядаються: екологічні (наявність штрафів за перевищення лімітів викидів, великі обсяги викидів забруднюючих речовин) та соціальні (відсутність соціальних проєктів, не прийняття участі у бюджетних програмах з фінансування міста).

Умови праці – фактор, за допомогою якого оцінюється репутація підприємства з точки зору його працівників. Дестимулюючими факторами репутації для працівників є: низька заробітна плата, високий травматизм на підприємстві, відсутність програм навчання та розвитку персоналу.

Останній фактор формування репутації – лідерство, пов'язаний з відомим твердженням про те, що на рівень репутації підприємства значним чином впливає репутація його вищого менеджменту. Дестимулюючим фактором репутації підприємства є низька репутація та відсутність авторитету у ділових колах управлінського персоналу оцінюваного підприємства.

Наступна група оцінок репутації – оцінка ймовірності настання або факту настання подій, які мають вплив на репутацію. Ознаки настання подій та оцінка їх впливу на репутацію наведено у табл. 2.

Таблиця 2

## Оцінка впливу настання подій на рівень репутації

№ з/п	Подія	Бали
1	<b>Банкрутство:</b>	0–10
1.1	На підприємстві мало місце ініціювання справ про банкрутство:	
	– мав місце одиничний випадок за останні 3 роки;	2
	– 2 рази за останні 3 роки	2,5
	– більше 2 разів за останні 3 роки.	5
1.2	Прийняте рішення щодо справи про банкрутство:	
	– заборона реалізації майна;	1
	– управління майном	2
	– санація	2,5
	– ліквідація	5
2	<b>Корпоративний конфлікт</b>	0–11
2.1	На підприємстві мав місце корпоративний конфлікт (відносно контрольного пакету акцій, блокуючого пакету акцій, більше 10% акцій):	
	– у попередньому році	1,5
	– 2 роки тому	1
	– 3 роки тому	0,5

Продовження табл. 2

№ з/п	Подія	Бали
2.2	Придбання акцій товариства через стороннього торговця цінними паперами, що не є афілійованою особою	
	– контрольного пакету акцій	1,5
	– блокуючого пакета акцій	1
	– більше 10% акцій	0,5
2.3	У минулому мав місце конфлікт з державними органами (відносно контрольного пакету акцій, блокуючого пакета акцій, більше 10% акцій):	1
2.4	Мало місце утискання прав міноритарних акціонерів	1
2.5	Наявність конфлікту з персоналом:	
	– з вищим менеджментом;	1
	– з працівниками	1
2.6	Реєстр акцій веде реєстратор, що не є афілійованою особою до товариства	
	– реєстратор не лояльний до товариства	1
	– реєстратор лояльний до товариства	0,5
2.7	У минулому мало місце звільнення керівника виконавчого органу товариства:	
	– за статтею	1
	– за власним бажанням	0,5
2.8	Виявлення фактів проявів інтересу 3-х осіб до системи реєстру	1
2.9	Наявність інформації в пресі про можливий корпоративний конфлікт з Товариством	0,5
2.10	Наявність пропозиції щодо придбання наявного пакета акцій	0,5
3	<b>Техногенні катастрофи</b>	<b>0–5</b>
4	<b>Інші події</b>	<b>0–10</b>
	– інформаційні скандали;	0–5
	– нещасні випадки на виробництві.	0–5
5	Зміна власників більше 25% акцій	±ΔБ

Як видно з табл. 2, нами виділено чотири основні події, які різко та однозначно знижують досягнутий рівень репутації: банкрутство, корпоративний конфлікт, техногенні катастрофи, інші негативні події, та оцінено ступінь їх впливу за допомогою балів.

Така подія, як зміна мажоритарних акціонерів може мати як негативний, так і позитивний вплив на репутацію. Напрямок впливу залежить від репутації нового акціонера – якщо новий власник має більш високий рівень репутації ніж попередній, то на цю різницю зростає рівень репутації оцінюваного підприємства і навпаки.

Для оцінки впливу на репутацію підприємства репутації нового власника необхідно розділити всіх акціонерів на певні класи (табл. 3).

Таблиця 3

## Оцінка репутації акціонерів підприємств

№ з/п	Репутаційний клас акціонера	Кількість балів
1	Компанія є відкритою, має високий рівень репутації, торгується на міжнародних фондових біржах	100
2	Фінансова звітність акціонера підтверджена аудиторськими фірмами «великої четвірки», компанія вважається відкритою	80

Продовження табл. 3

№ з/п	Репутаційний клас акціонера	Кількість балів
3	Компанія вважається закритою структурою, але має наміри до збільшення інформаційної прозорості	60
4	Компанія є закритою структурою	40

Сума набраних балів за даними табл. 3, знижує досягнутий рівень репутації підприємства.

**Висновки.** Таким чином, найбільш суттєвий вплив на рівень репутації підприємства спричиняють втрата конкурентоспроможності продукції, зниження рівня корпоративного управління, погіршення фінансового стану підприємства. Також до ризиків втрати репутації відносять низький рівень соціальної відповідальності, відсутність інвестицій в розвиток виробництва та впровадження сучасної техніки і технологій, відсутність авторитету вищого менеджменту у ділових колах управлінського персоналу оцінюваного підприємства. Різко та однозначно знижують досягнутий рівень репутації: банкрутство, корпоративний конфлікт, техногенні катастрофи, інші негативні події, а також зміна мажоритарних акціонерів у разі, коли новий власник має рівень репутації нижчий, ніж попередній.

#### Список використаної літератури

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 1999. Т. 2. – 512 с.
2. Десмонд Г.М. Руководство по оценке бизнеса / Г.М. Десмонд. – М.: РОО Академия оценки, 1996. – 264 с.
3. Елисеев В.М. Гудвилл: проблема оценки и отражения в отчетности / В.М. Елисеев // Вопросы оценки. – 2004. – № 1. – С. 31–37.
4. www.reputationcapital.org
5. Исследование «Эрнст энд Янг» в области бизнес-рисков 2009. Десять основных рисков для международного бизнеса // www.ey.com
6. Zabala I. Corporate Reputation in Professional Services Firms: Reputation Management Based on Intellectual Capital Management / I. Zabala, G. Panadero, L.M. Gallardo, C.M. Amate, M. Sanchez-Galindo, I. Tena and I. Villalba // Corporate Reputation Review, Vol. 8. – 2005. – No. 1. – Pp. 59–71.

*В статье предложено при проведении оценки репутации вместо начисления баллов за достижение определенных показателей, которые повышают репутацию, ввести штрафные баллы за несоответствие эталонному уровню. Рассмотрены основные признаки потери репутации. Выделены основные вероятные события, которые снижают достигнутый уровень репутации.*

**Ключевые слова:** репутация, риски, корпоративное управление, результативность деятельности, рейтинг, оценка.

*In the article it is offered during conducting of estimation of reputation in place of extra charge of marks for achievement of certain indexes which promote reputation, to enter fine marks for disparity to the standard level. The basic signs of loss of reputation are considered. Basic credible events which reduce the attained level of reputation are selected.*

**Key words:** reputation, risks, corporate management, effectiveness of activity, rating, estimation.

Надійшло до редакції 15.04.2011.