

## АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ГОЦ Л. Н.

кандидат экономических наук

Харьков

Современные рыночные отношения характеризуются усилением глобализационных процессов и международной экономической взаимозависимостью. Развитие информационных технологий привело к тому, что ключевую роль в современной мировой экономике играет уже не сфера промышленности, а сфера услуг. Так, по данным британского института защиты торговых знаков, за последние двадцать лет в Великобритании и США часть стоимости материальных активов предприятий в их рыночной стоимости сократилась в 5 раз [2, с. 34]. Например, для компании «Coca-Cola» соотношение материальных и нематериальных активов составляет 4:96 [2, с. 34], для «British Petroleum» – 29 : 71 [2, с. 34]. В современных рыночных условиях такие понятия, как имидж и деловая репутация интегрировали из психологии и права во все сферы экономики и провоцируют различные экономические процессы. Так, при упоминании известного фирменного наименования происходит переход от научного термина «деловая репутация» к конкретной ее оценке [3]. По данным консалтингового агентства «Ernst and Young», часть деловой репутации в рыночной стоимости предприятия составляет 20 – 25%, в отдельных случаях достигая 85% [1, с. 28]. Таким образом, деловая репутация сформировалась как экономическая категория, которая имеет свою стоимость, выраженную как часть рыночной стоимости предприятия, и способная приносить дополнительный доход.

На территории Украины, как и во многих других странах, одной из самых распространенных форм недобросовестной конкуренции является незаконное использование деловой репутации. Влияние деловой репутации на эффективность хозяйственной деятельности и на стоимость предприятия, а также незаконное ее использование определяют актуальность научного вопроса разработки организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия и алгоритма его реализации на предприятии.

Целью данной статьи является разработка алгоритма реализации на предприятии организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия путем решения следующих задач: исследования структуры стоимости бренда, корпоративного имиджа и гудвилла, применения доходного подхода к оценке стоимости деловой репутации предприятия и корпоративного имиджа, формирования

организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия.

Целью формирования организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия является организационное и методологическое обеспечение определения стоимости деловой репутации, что, прежде всего, нужно для осуществления регулярного мониторинга ее стоимости и стоимости предприятия как целостного имущественного комплекса.

Таким образом, для определения стоимости деловой репутации предприятия в первую очередь следует организовать информационное обеспечение оценки. Источниками входной информации выступают отчеты отдела маркетинга и данные годовой финансовой отчетности.

Организационная составляющая механизма оценки деловой репутации представляет собой совокупность элементов, которые обеспечивают процессы принятия решения об оценке деловой репутации предприятия, постановки задания, определения сроков оценки, формирования временной оценочной комиссии, назначения главы комиссии, распределение обязанностей между членами комиссии, работу с информационными источниками оценки, проведения расчетов, составления отчета об оценке деловой репутации предприятия, представления отчета руководству предприятия и утверждения отчета.

Экономической составляющей механизма является система показателей: стоимость бренда, себестоимость корпоративного имиджа, нематериальная часть бренда, стоимость корпоративного имиджа, стоимость искусственного образа предприятия и стоимость деловой репутации предприятия.

Система показателей и формулы, по которым осуществляется их расчет, представлены в *табл. 1*.

Организационные и экономические элементы организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия схематически приведены на *рис. 1*.

Таким образом, под организационно-экономическим механизмом оценки деловой репутации предприятия следует понимать совокупность организационных и экономических элементов.

Для обеспечения определенного экономического эффекта алгоритм реализации организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия должен включать блоки: информационного обеспечения; организационного обеспечения и расчетно-методического обеспечения. Схематически алгоритм комплексной реализации организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия изображен на *рис. 2*.

Составляющие оценки деловой репутации предприятия

Название показателя	Расчетная формула	Объяснение
Стоимость бренда	$BV = Q - S_{RP}$	$Q$ – объемы реализации продукции, грн; $S_{RP}$ – себестоимость реализованной продукции, грн
Себестоимость корпоративного имиджа	$S_{КИ} = \sum_{i=1}^n S_i$	1, 2, 3 ..., $n$ – количество статей расходов, включенных в себестоимость корпоративного имиджа; $S_i$ – стоимость $i$ -той статьи расходов на формирование и продвижение корпоративного имиджа, грн
Нематериальная часть бренда	$НЧ_B = BV - S_{КИ}$	Соответственно, стоимость бренда и себестоимость корпоративного имиджа
Стоимость корпоративного имиджа	$C_{КИ} = \sum_{i=1}^m (Z_{нов.кл.} - S_{RP})_i$	1, 2, 3, 4, ..., $n$ – количество закупок, осуществленных новыми клиентами, привлеченными с помощью имиджа предприятия шт.; $Z_{нов.кл.}$ – стоимость $i$ -той закупки, грн; $S_{RP}$ – себестоимость реализованной продукции, грн
Стоимость искусственного образа предприятия	$C_{ИОП} = C_{КИ} - S_{КИ}$	Соответственно, стоимость и себестоимость корпоративного имиджа
Стоимость деловой репутации предприятия	$C_{ДРП} = \sum_{i=1}^n (Z_{пост.кл.} - S_{RP})_i$	1, 2, 3, 4, ..., $n$ – количество закупок, осуществленных постоянными клиентами; $Z_{пост.кл.}$ – стоимость $i$ -той закупки, грн



Рис. 1. Элементы организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия

Источниками входной информации выступают отчеты отдела маркетинга об объемах реализации продукции по группам потребителей, затраты, на продвижение бренда, маркетинговые мероприятия, акции и рекламный бюджет, данные годовой финансовой отчет-

ности, об общем объеме реализации продукции и себестоимости реализованной продукции.

Блок организационного обеспечения отвечает за формирование временной оценочной комиссии, которая состоит из сотрудников отдела маркетинга.

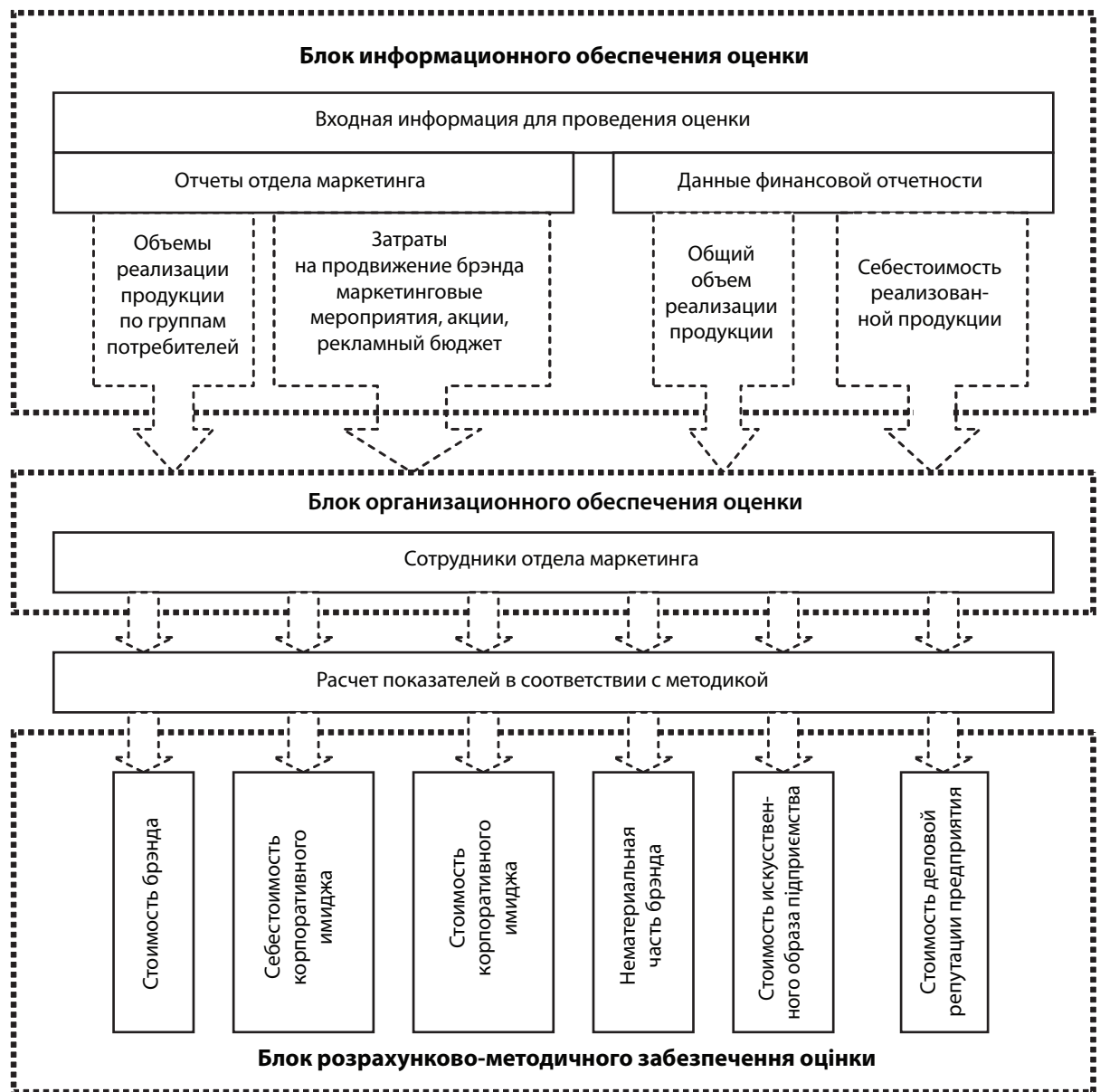


Рис. 2. Алгоритм комплексной реализации организационно экономического механизма оценки деловой репутации предприятия

Деятельность оценочной комиссии начинается после постановки задания и определения сроков оценки руководством предприятия. Для эффективной работы оценочной комиссии назначается председатель, который организует деятельность сотрудников отдела маркетинга, которые будут принимать участие в оценке, также по результатам расчетов глава временной оценочной комиссии отчитывается руководству предприятия о полученных результатах.

Расчетно-методическое обеспечение оценки основывается на экономической составляющей организационно-экономического механизма оценки деловой репутации предприятия, которая предусматривает экономическую оценку ряда показателей.

Таким образом, предложенные в статье организационно-экономический механизм и алгоритм его реализации непосредственно на предприятии дадут возможность производить оценку таких нематериальных активов, как бренд, корпоративный имидж и деловая

репутация предприятия без привлечения услуг сторонних организаций, что позволит экономить денежные средства, а на основе результатов оценки руководство предприятия сможет принимать правильные и своевременные решения относительно вопросов конкурентоспособности предприятия. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Коляда Е. Влияние репутации компании на привлечение инвестиций / Е. Коляда // Управление компанией.- 2002.- № 5.- С. 26 – 29.
2. Лукьянова Е. Неучтенные миллиарды / Е. Лукьянова // Эксперт.- 2001.- № 10.- С. 34 – 37.
3. Многообразие понятий/– [Электронный ресурс] / Журнал «Рынок ценных бумаг».- [Цит. 2007, 16 июня].- Режим доступа : <http://www.rcb.ru>