

Формирование системы поддержки деловой репутации

Formation of a System for Maintaining Goodwill

УДК 005.336.6



Кудрявцев Дмитрий Иванович

генеральный директор Государственного регионального центра стандартизации, метрологии и испытаний в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области
190103, Санкт-Петербург, Курляндская ул., д. 1

Dmitriy I. Kudryavtsev

State Regional Centre for Standardization,
Metrology and Testing in St. Petersburg and Leningrad Region
Kurlyandskaya St. 1, St. Petersburg, Russian Federation, 190103



Андрosenко Наталья Витальевна

заместитель генерального директора Государственного регионального центра стандартизации, метрологии и испытаний в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, доцент СПбГЭУ, кандидат экономических наук
190103, Санкт-Петербург, Курляндская ул., д. 1

Natal'ya V. Androsenko

State Regional Centre for Standardization,
Metrology and Testing in St. Petersburg and Leningrad Region
Kurlyandskaya St. 1, St. Petersburg, Russian Federation, 190103



Янченко Арина Юрьевна

главный специалист Государственного регионального центра стандартизации, метрологии и испытаний в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области, доцент СПбГМТУ, кандидат экономических наук
190103, Санкт-Петербург, Курляндская ул., д. 1

Arina Yu. Yanchenko

State Regional Centre for Standardization,
Metrology and Testing in St. Petersburg and Leningrad Region
Kurlyandskaya St. 1, St. Petersburg, Russian Federation, 190103

В статье описывается комплексный подход к поддержке деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности.

Цель. Показать порядок формирования системы поддержания и улучшения имиджа предприятия на основе оценки деловой репутации и комплаенс-контроля для предупреждения репутационных рисков.

Задачи. Рассмотреть и конкретизировать различные определения деловой репутации. Изучить составляющие индекса деловой репутации, применяемые в мировой практике, и методику расчета индекса репутации в России. Описать концепцию предупреждения репутационных рисков.

Методология. В общественном понимании деловая репутация основывается на аспектах корпоративной репутации с опорой на социальную ответственность, эмоциональную привлекательность и финансовые показатели предприятия. В России индекс деловой репутации рассчитывается согласно национальному стандарту ГОСТ Р 66.0.01-2017 с учетом характеристик деятельности предприятия.

Результаты. Проанализированы рейтинги ведения бизнеса, индекса стоимости бизнеса и индекса глобальной конкурентоспособности для понимания ситуации в предпринимательской среде и возможностей для ее улучшения. Упорядочены трактовки понятия «деловая репутация». Выделены два подхода к определению деловой репутации на основе стоимостной оценки и расчета безразмерного индекса. Раскрыта методика расчета индекса деловой репутации. Предложено использование комплаенс-контроля для предупреждения репутационных рисков.

Выводы. Для построения долгосрочных и плодотворных отношений с деловыми партнерами и потребителями, для развития бизнеса в условиях социальной ответственности и лояльности сотрудников предприятия необходимо формирование целостной системы поддержки деловой репутации.

Ключевые слова: деловая репутация; субъекты предпринимательской деятельности; стандарты; индекс деловой репутации; репутационные риски; комплаенс-контроль.

Для цитирования: Кудрявцев Д. И., Андросенко Н. В., Янченко А. Ю. Формирование системы поддержки деловой репутации // Экономика и управление. 2019. № 1 (159). С. 16–25.

The presented study describes a comprehensive approach to maintaining the goodwill of enterprises.

Aim. The study aims to show the formation of a system for maintaining and improving the image of an enterprise based on goodwill assessment and compliance control to prevent reputational risks.

Tasks. The authors examine and specify various definitions of goodwill, explore the components of the goodwill index used in international practices and the methodology behind goodwill index calculation in Russia, and present the concept of prevention of reputational risks.

Methods. The societal perception is that goodwill is based on the aspects of corporate reputation complemented by social responsibility, emotional attractiveness, and financial performance of the enterprise. In Russia, the goodwill index is calculated according to State Standard GOST R 66.0.01.2017 with allowance for the characteristics of the enterprise's activities.

Results. The indices of doing business, business value, and global competitiveness are analyzed to better understand the current situation in the entrepreneurial environment and how to improve it. The various interpretations of "goodwill" are systematized. Two approaches to determining goodwill based on valuation and calculation of the dimensionless index are identified. A methodology for calculating the goodwill index is described. Compliance control is proposed to be used for preventing reputational risks.

Conclusions. Building long-term, fruitful relations with business partners and consumers and developing the business in the context of social responsibility and loyalty of employees requires an integrated system for maintaining goodwill.

Keywords: goodwill; enterprises; standards; goodwill index; reputational risks; compliance control.

Citation: Kudryavtsev D. I., Androsenko N. V., Yanchenko A. Yu. Formirovaniye sistemy podderzhki delovoy reputatsii [Formation of a System for Maintaining Goodwill]. *Ekonomika i Upravleniye*, 2019, no. 1 (159), pp. 16–25.

Введение

В настоящее время принято обращаться к профессиональным рейтингам и показателям в различных сферах деятельности. Особый интерес как у обывателя, так и у специалиста вызывают рейтинги, касающиеся экономической ситуации в стране.

По информации одного из подразделений Всемирного банка, которое формирует рейтинг

Doing Business, Россия в нем поднялась на 35-е место в 2018 г., по сравнению с 40-м местом в 2017 г. [1; 2]. Среди 190 стран мира ближайшие соседи, опережающие нас, Швейцария и Япония на 33-м и 34-м местах соответственно, позади нас Казахстан на 36-м и Словения на 37-м местах. Для России это хороший результат, учитывая высокую конкуренцию между странами. Анализ ведения бизнеса происходит по 10 критериям: регистрация предприятий, получение разрешений на строительство, подключение к системе электроснабжения, регистрация собственности, получение кредитов, защита миноритарных инвесторов, налогообложение, международная торговля, обеспечение исполнения контрактов и разрешение неплатежеспособности. Предполагается, что реализация в ближайшее время реформ в области контроля и надзора, дальнейшее развитие лучших практик по инвестиционному климату, применение цифровых технологий и создание комфортной среды для развития человека позволит в следующем периоде значительно улучшить соответствующие показатели.

Однако есть рейтинги, где положение не столь оптимистичное. По данным исследования индекса стоимости бизнеса, которое проводилось Московской школой управления «Сколково» и инвестиционной группой UCP и охватило 30 крупнейших экономик мира, Россия находится на 27-м месте с индексом 29,26 [3]. Максимальное значение индекса равно 100, что означает полное соответствие показателей страны лучшим практикам. Индекс стоимости бизнеса учитывает 19 влияющих на оценку бизнеса критериев в пяти категориях: макроэкономика, безопасность инвестиций, процентные ставки, доступность капитала и налоговая политика. Невысокое значение индекса требует внимания и детального анализа сложившегося положения.

Похожая ситуация просматривается и по данным Всемирного экономического форума, разрабатывающего Индекс глобальной конкурентоспособности, где Россия заняла в 2018 г. 43-е место [4]. Индекс глобальной конкурентоспособности составляется по 98 переменным, которые квалифицируют конкурентоспособность экономик различных стран мира. Информация для исследования основывается на результатах глобального опроса руководителей компаний и на общедоступных статистических данных. Все переменные, определяющие национальную конкурентоспособность, объединяются в 12 результирующих компонент: институциональная среда, инфраструктура, внедрение информационно-коммуникационных технологий, макроэкономическая стабильность, здравоохранение, профессиональная подготовка, товарный рынок, рынок труда, финансовая

система, размер внутреннего рынка, динамичность бизнеса, инновационный потенциал.

Представленные рейтинги помогают увидеть весь спектр воздействующих на экономическую ситуацию в стране факторов и взаимосвязь между ними и понять, к чему стремиться и что совершенствовать [5]. Результирующее положение в рейтингах демонстрирует потребность в изменении ситуации в предпринимательской среде, и не последнюю роль в экономических отношениях и их улучшении играет деловая репутация предприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В настоящих условиях актуальность формирования системы поддержки деловой репутации для предупреждения репутационных рисков и улучшения имиджа предприятия не вызывает сомнения.

Разнообразие трактовок деловой репутации

В первую очередь следует разобраться с понятием «деловая репутация». С одной стороны, в стоимостном выражении квалифицированное определение деловой репутации дается для целей бухгалтерского учета. В соответствии с ПБУ «Учет нематериальных активов», стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой предприятия и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его приобретения [6].

Положительная деловая репутация рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод. Отрицательную деловую репутацию следует рассматривать как скидку с цены, предоставляемую в связи с отсутствием стабильных покупателей, подтвержденного качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала и других факторов, собственно и формирующих деловую репутацию.

Здесь можно провести параллель трактовки деловой репутации с принятым в международной практике понятием «гудвилл» (goodwill), обозначающим в целом деловую репутацию, имидж, бренд, деловые связи, оцениваемые западными компаниями в стоимостном выражении [7; 8].

С другой стороны, деловая репутация связана с общественной оценкой деловых качеств субъекта предпринимательской деятельности и пониманием целей его бизнеса. В соответствии со ст. 152 Гражданского кодекса РФ, деловая репутация принадлежит юридическому лицу с момента его образования и составляет неотъемлемую часть его правоспособности [9; 10]. Достижение должного уровня репутации

с точки зрения общества требует больших усилий и денежных средств. Подобные возможности есть у крупных компаний, имеющих достаточный потенциал, финансовые ресурсы и деловые связи, а предприятиями малого и среднего бизнеса деловая репутация приобретает более сложное [11].

В этой связи в современной системе стандартизации опыт и деловая репутация субъекта предпринимательской деятельности трактуются как совокупность характеристик, которая определяет оценку деятельности юридического лица или индивидуального предпринимателя с позиции их деловых качеств, включая наличие у них финансовых ресурсов, оборудования и других материальных ресурсов, опыта работы и репутации, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации [12].

Общие требования и структуру национальной системы стандартов в области оценки деловой репутации предприятий и организаций, а также методику оценки устанавливает ГОСТ Р 66.0.01-2017 — «Национальный стандарт Российской Федерации. Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы». Данный документ был введен в действие с 1 мая 2018 г., заменив утративший силу ГОСТ Р 66.0.01-2015. Тем не менее остались в силе другие стандарты, разработанные на основе старого ГОСТ, а именно стандарты для оценки опыта и деловой репутации:

- лиц, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование (ГОСТ Р 66.1.01-2015);
- лиц, осуществляющих инженерные изыскания (ГОСТ Р 66.1.02-2015);
- лиц, производящих и реализующих пожарно-техническую продукцию (ГОСТ Р 66.9.01-2015);
- лиц, выполняющих работы (оказывающих услуги) в области обеспечения пожарной безопасности объектов защиты (ГОСТ Р 66.9.02-2015);
- строительных организаций (ГОСТ Р 66.1.03-2016);
- охранных организаций (ГОСТ Р 66.9.04-2017);
- организаций, выполняющих перевозки крупногабаритных тяжеловесных грузов (ГОСТ Р 66.9.03-2016) [13].

Необходимо заметить, что перечисленные стандарты, кроме последнего, относящегося к перевозке грузов, находятся в процессе пересмотра в соответствии с Программой национальной стандартизации на 2018 г. [14]. Разработкой и изменением данных стандартов занимается Технический комитет 066 «Оцен-

Количественные методы	Качественные методы
На основании международных стандартов финансовой отчетности. В соответствии с российскими положениями по бухгалтерскому учету. Метод избыточной прибыли. Метод избыточных ресурсов. Метод, основанный на показателе объема реализации продукции (работ, услуг). Метод, основанный на показателе себестоимости. Метод, основанный на показателе рыночной капитализации. Квалиметрический метод	Социологический опрос. Экспертный метод. Сравнительный метод. Метод опционов

Рис. 1. Классификация методов стоимостной оценки деловой репутации

ка опыта и деловой репутации предприятий» (ТК 066).

Подходы к определению деловой репутации

В результате анализа трактовок деловой репутации можно выделить два подхода к ее определению. Первый подход связан с оценкой стоимости репутации, а второй рассматривает репутацию как совокупность характеристик предпринимательской деятельности.

Представление деловой репутации в денежном выражении влияет на оценку конкурентоспособности предприятия. Многие авторы в своих публикациях причисляют деловую репутацию к инструментам повышения конкурентоспособности на основании тех фактов, что она способствует увеличению рыночной стоимости предприятия, его инвестиционной привлекательности, оптимизации издержек производства, повышению социальной и экологической ответственности и защите от недобросовестной конкуренции [15–18]. Оценка стоимости деловой репутации может быть проведена различными методами [19; 20]. Группировка этих методов в соответствии с количественным или качественным способами определения представлена на рис. 1.

Указанные методы оценивают стоимость репутации, следовательно, на результат в долгосрочном периоде, как на любую цену, могут влиять уровень инфляции, курсовые разницы и другие факторы. Это делает такую оценку актуальной только в рамках определенного короткого интервала времени. В этой связи для оценки деловой репутации более надежным представляется другой подход, который связан с характеристиками деятельности предприятия и базируется на расчете безразмерного индекса. Подобный индекс применяется в международной практике оценки репутации, но имеет свои особенности в разных странах. Например, в России индекс репутации, как уже упоминалось, определяется согласно ГОСТ Р 66.0.01-2017.

Аналогом индекса деловой репутации в США является индекс корпоративной репутации. Рейтинг индексов репутации для широко из-

вестных в мире корпораций рассчитывает компания Harris Insights & Analytics, A Stagwell LLC Company [21]. Он основан на шести аспектах корпоративной репутации:

- социальная ответственность;
- товары и услуги;
- видение и лидерство;
- эмоциональная привлекательность;
- финансовые показатели;
- рабочая среда.

Сравнивая наименования и составляющие факторов деловой репутации по ГОСТ Р 66.0.01-2017 и Harris Poll Reputation Quotient® Rankings, можно увидеть как общие моменты, так и различия (см. рис. 2). Обобщая представленные аспекты деловой репутации, можно подчеркнуть, что западные компании основное внимание уделяют организации ведения бизнеса на принципах социальной ответственности и управления корпоративной культурой, что способствует позитивному восприятию обществом. В данном контексте важной составляющей успеха любого бизнеса выступает культура взаимоотношений руководства и сотрудников и характер внутренней и внешней политики компании. Это подтверждает состав аспектов деловой репутации, по которым формируется рейтинг The Harris Poll.

Российские компании также уделяют внимание корпоративной культуре и созданию сплоченного трудового коллектива, объединенного общей целью, стремящегося к повышению эффективности организации для защиты ее от внешних и внутренних негативных воздействий и поддержки деловой репутации [22].

Методика расчета индекса деловой репутации

Выводы о состоянии деловой репутации предприятия делаются на основании расчета соответствующего индекса. Методика такой оценки деловой репутации для российских компаний определена в ГОСТ Р 66.0.01-2017 «Национальный стандарт Российской Федерации. Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы».

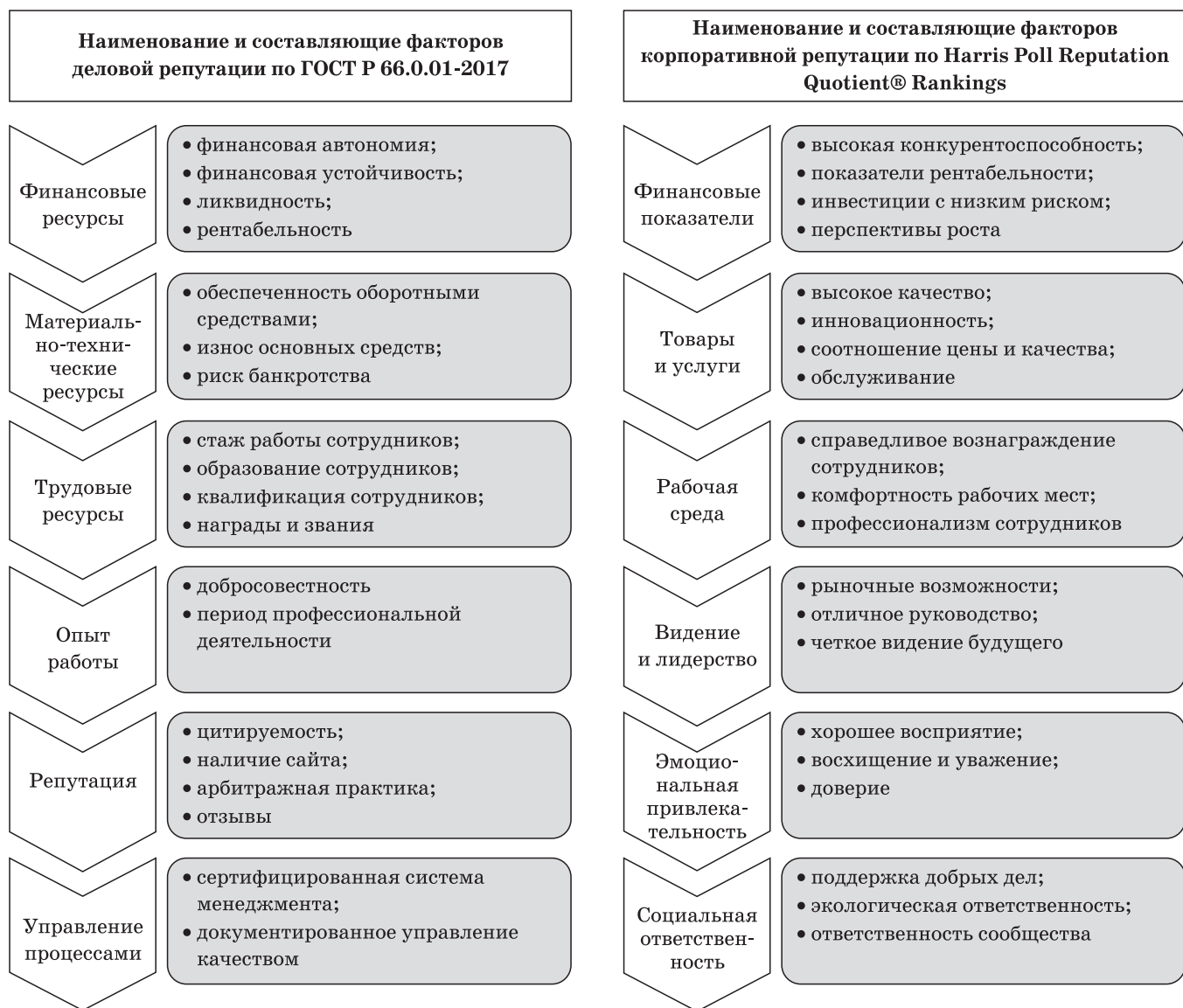


Рис. 2. Сравнение аспектов деловой репутации

Она значительно расширена и детализирована по сравнению с методикой, представленной в отмененном ГОСТ Р 66.0.01-2015.

В соответствии с обновленной факторной моделью оценка опыта и деловой репутации выражается индексом R и рассчитывается по формуле:

$$R = d_1x_1 + d_2x_2 + d_3x_3 + d_4x_4 + d_5x_5 + d_6x_6, \quad (1)$$

где $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$ — факторы, характеризующие показатели деятельности исследуемых субъектов в контексте опыта и деловой репутации; $d_1, d_2, d_3, d_4, d_5, d_6$ — коэффициенты весомости факторов, определяемые по результатам исследований, для которых справедливо следующее $d_1 + d_2 + d_3 + d_4 + d_5 + d_6 = 1$. Индекс деловой репутации R определяется экспертным путем таким образом, чтобы при $x_1 = x_2 = x_3 = x_4 = x_5 = x_6 = 100$ максимальное значение индекса деловой репутации $R = 100$.

Каждый фактор рассчитывается по формуле, в основе которой лежат субфакторы, опреде-

ляемые с использованием информации о предприятии. Сравнительная характеристика нового и старого стандартов по оценке репутации представлена в табл. 1.

По результатам анализа таблицы можно сделать выводы о том, что в новом стандарте был уточнен подход к идентификации факторов и субфакторов. Список факторов увеличился на два наименования и стал более детализированным. Каждый из шести факторов, а именно: финансовые ресурсы, материально-технические ресурсы, трудовые ресурсы, опыт работы, репутация и управление процессами — получил подробное описание на основе расширенного списка субфакторов.

Предупреждение рисков потери деловой репутации

Следующим шагом после расчета индекса деловой репутации является рассмотрение причин, влияющих на изменение составляющих индекса и, следовательно, на репутацию предприятия.

**Сравнительная характеристика факторов и субфакторов для оценки деловой репутации
по ГОСТ Р 66.0.01-2017 и ГОСТ Р 66.0.01-2015**

ГОСТ Р 66.0.01-2017		ГОСТ Р 66.0.01-2015	
Наименование и обозначение фактора	Наименование и обозначение субфактора	Наименование и обозначение фактора	Наименование и обозначение субфактора
Финансовые ресурсы — x_1	Финансовая автономия — x_{11}	Средства — x_2	Основные средства — x_{21}
	Финансовая устойчивость — x_{12}		
	Ликвидность — x_{13}		Финансовая автономия — x_{22}
	Рентабельность — x_{14}		
	Набор субфакторов $x_{1\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 5, 6, \dots, n$		
Материально-технические ресурсы — x_2	Обеспеченность оборотными средствами — x_{21}		Набор субфакторов $x_{2\alpha}$ (в зависимости от вида деятельности) $\alpha = 3, 4, \dots, n$
	Износ основных средств — x_{22}		
	Риск банкротства — x_{23}		
	Набор субфакторов $x_{2\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 4, 5, \dots, n$		
Трудовые ресурсы — x_3	Стаж работы сотрудников — x_{31}	Кадры — x_3	Руководители организации — x_{31}
	Образование сотрудников — x_{32}		Среднее звено — x_{32}
	Квалификация сотрудников — x_{33}		Награды и звания — x_{33}
	Награды и звания — x_{34}		Набор субфакторов $x_{3\alpha}$ (в зависимости от вида деятельности) $\alpha = 4, 5, \dots, n$
	Набор субфакторов $x_{3\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 5, 6, \dots, n$		
Опыт работы — x_4	Добросовестность — x_{41}	История — x_1	Количество лет на рынке — x_{11}
	Период профессиональной деятельности — x_{42}		Рост организации — x_{12}
	Набор субфакторов $x_{4\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 3, 4, \dots, n$		Набор субфакторов $x_{1\alpha}$ (в зависимости от вида деятельности) $\alpha = 3, 4, \dots, n$
Репутация — x_5	Цитируемость — x_{51}	Имидж — x_4	Цитируемость — x_{41}
	Наличие сайта — x_{52}		Претензионная работа — x_{42}
	Арбитражная практика — x_{53}		Сертифицированная система менеджмента — x_{43}
	Отзывы — x_{54}		Отзывы клиентов — x_{44}
	Набор субфакторов $x_{5\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 5, 6, \dots, n$		Набор субфакторов $x_{4\alpha}$ (в зависимости от вида деятельности) $\alpha = 5, 6, \dots, n$
Управление процессами — x_6	Сертифицированная система менеджмента — x_{61}		
	Документированное управление качеством — x_{62}		
	Набор субфакторов $x_{6\alpha}$ (по группировкам видов экономической деятельности) $\alpha = 3, 4, \dots, n$		

Понятие деловой репутации неотъемлемо связано с совокупностью репутационных рисков. Данные риски сопровождают компанию на всем протяжении ее жизненного цикла и возникают под влиянием внутренних и внешних причин.

Основными внутренними причинами являются:

- несоблюдение принципов профессиональной этики;
- неисполнение компанией договорных обязательств;

- отсутствие формализованных механизмов, позволяющих избегать конфликтов интересов между акционерами, сотрудниками и другими заинтересованными лицами;
 - недостатки в кадровой политике компании, которые вызывают нелояльность персонала.
- Резюмируя сказанное, внутренние репутационные риски — это действия руководителей различного уровня, персонала и акционеров компании.

Основными внешними причинами, влияющими на репутацию, являются:

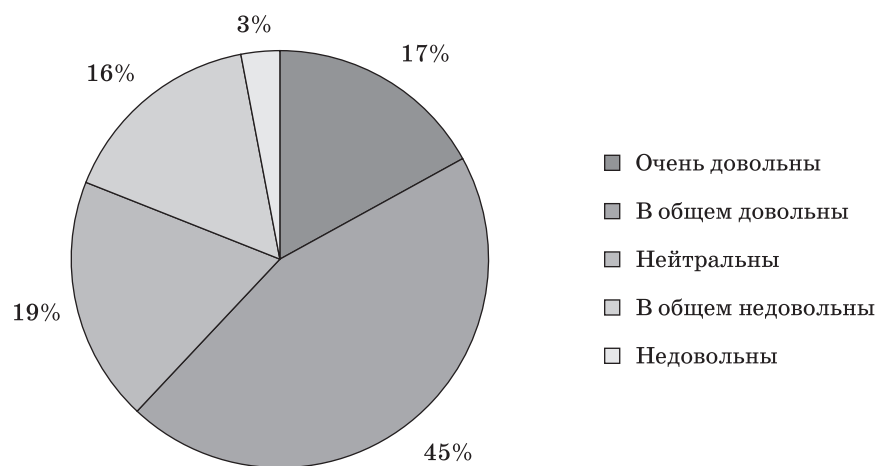


Рис. 3. Оценка эффективности комплаенс-контроля по данным отчета 2018 State of Compliance Study

- низкий уровень качества, вызванный несоблюдением технологических и бизнес-процессов;
- несоблюдение компанией действующего законодательства;
- публикация недостоверной негативной информации о компании [23].

Обобщенно внешние репутационные риски — это действия потребителей, конкурентов, политические и экономические изменения в стране.

Таким образом, репутационные риски связаны с экономическими, социальными и политическими рисками. Предупреждение репутационных рисков является ключевым моментом в поддержке имиджа компании.

Среди современных способов предупреждения репутационных рисков все чаще фигурирует комплаенс-контроль. Комплаенс — это совокупность мер, затрагивающих все подразделения компании, основанных на концепции соблюдения требований законодательства и внутренних стандартов с целью укрепления доверительных отношений с контрагентами и недопущения потери деловой репутации. Комплаенс представляет собой идеологическую основу корпоративной культуры, которая способствует реализации требований внутренних стандартов организации и соответствию общепринятым социальным ценностям.

Комплаенс в России стал внедряться относительно недавно, в то время как в большинстве развитых стран разные направления комплаенс-контроля давно вошли во все отрасли хозяйственно-экономической деятельности [24]. В соответствии с отчетом компании PwC 2018 State of Compliance Study в целом около 62% американских компаний удовлетворены текущим состоянием эффективности комплаенс-контроля (см. рис. 3) [25].

В настоящее время в нашей стране растут этические ожидания общества, что вполне закономерно отражается на активизации разработки законодательства по охране окружающей среды,

охране труда и здоровья, охране персональных данных и конкуренции. В случае несоблюдения установленных правил и требований компания рискует потерять деловую репутацию и партнеров по бизнесу, одновременно с этим ей грозят санкции со стороны государственных органов, в том числе зарубежных, если она осуществляет внешнеэкономическую деятельность.

В качестве объектов комплаенс-контроля выступают:

- нарушения в области регуляторных стандартов;
- финансовые манипуляции;
- нарушения вследствие служебных злоупотреблений или коррупционных действий;
- проявления непрофессионализма и некомпетентности сотрудников;
- противоправные действия;
- нарушения, которые угрожают финансовой состоятельности и др.

В России основными субъектами внедрения системы комплаенс являются участники финансового рынка, а также предприятия, ориентированные на международное сотрудничество. Для них весьма важен опыт зарубежных компаний в сфере комплаенс-контроля, который позволяет отслеживать и предотвращать вышеперечисленные нарушения с помощью регламентации и обеспечения выполнения требований, установленных государственными органами, и правил, предусмотренных внутренними стандартами компании.

Не стоит путать комплаенс с внутренним аудитом. Комплаенс-контроль отличается от внутреннего аудита как целями, так и объектом, кроме того, комплаенс работает в предупредительном режиме, в то время как аудит направлен на выявление уже свершившихся нарушений. На предприятии организацией комплаенс может заниматься специальный отдел или штатный сотрудник, специализирующийся в области комплаенс. Возможно также распределение ответственности по реализации комплаенс

между отдельными структурными подразделениями предприятия. В каждой компании комплаенс будет уникален в связи со спецификой организации бизнес-процессов, хотя может содержать и однотипные элементы [26].

Можно сделать вывод, что деловая репутация всех субъектов предпринимательской деятельности должна защищаться любыми незапрещенными законом способами. Многочисленные публикации по данной тематике подтверждают необходимость оценки деловой репутации и предупреждения репутационных рисков для формирования положительного имиджа компании [27–30].

Заключение

Система поддержки деловой репутации основывается на оценке опыта и репутации субъекта предпринимательской деятельности и комплаенс-контроле для предупреждения репутационных рисков, в том числе включает в себя регламентирующие нормативные документы и стандарты организации, элементы корпоративной культуры, механизмы взаимосвязей в компании. Справедливо говорить именно о системе, потому что не представляется возможным реализовать поддержку деловой репутации без какого-то отдельного элемента — произведенной оценки деловой репутации, разработанных мероприятий комплаенс-контроля, процессов взаимодействия сотрудников компании — линейных руководителей, между тем отдельно взятый элемент системы не сможет обеспечить поддержку деловой репутации предприятия.

Формирование подобной системы с ориентацией на комплаенс-контроль необходимо не только крупным субъектам предпринимательской деятельности с международными связями, но и небольшим предприятиям. Построенная система послужит основой для долгосрочных и доверительных отношений с деловыми партнерами и позволит предотвратить нежелательные расходы и нарушения законодательства. Сознательная ответственность перед своими партнерами и потребителями укрепляет ответственное отношение предприятия не только к текущим результатам деятельности, но и к будущим, и способствует доверию общества в целом.

Литература

1. *Doing Business 2018. A World Bank Group Flagship Report*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf> (дата обращения: 09.11.2018).
2. *Doing Business 2017. A World Bank Group Flagship Report*. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf> (дата обращения: 09.11.2018).
3. Агеева О. Эксперты включили Россию в число худших стран по стоимости бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/19/11/2018/5beef8e9a7947139836afdc> (дата обращения: 09.11.2018).
4. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2018. World Economic Forum. [Электронный ресурс]. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (дата обращения: 11.11.2018).
5. Важенина И. С., Ющук В. Е. Деловая репутация организации: структура, характеристики и ранжирование // Менеджмент в России и за рубежом. 2018. № 4. С. 20–27.
6. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007): приказ Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н (ред. от 16.05.2016 г.) / зарег. в Минюсте России 23.01.2008 № 10975. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/ (дата обращения: 11.11.2018).
7. Скоморохова И. О. Деловая репутация организации // Вопросы науки и образования. 2018. № 22 (34). С. 36–38.
8. Кобелева В. А. Гудвилл: понятие, значение и роли в России и за рубежом // Наука через призму времени. 2018. № 1 (10). С. 76–78.
9. Кормина П. В. Право на деловую репутацию // Аллея науки. 2018. Т. 3, № 1 (17). С. 614–617.
10. Остапец Е. Н. Честь, достоинство и деловая репутация как объекты правовой защиты // Юридический факт. 2018. № 34. С. 49–53.
11. Деловая репутация. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/delovaya-reputaciya.html> (дата обращения: 16.11.2018).
12. ГОСТ Р 66.0.01-2017. Оценка опыта и деловой репутации субъектов предпринимательской деятельности. Национальная система стандартов. Общие положения, требования и руководящие принципы: национальный стандарт Российской Федерации / утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 21 ноября 2017 г. № 1795-ст. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200157737> (дата обращения: 27.11.2018).
13. Окрепилов В. В., Янченко А. Ю., Окрепилова И. Г. Развитие системы государственных стандартов по оценке деловой репутации // Экономика и управление. 2017. № 2 (136). С. 4–11.
14. Об утверждении Программы национальной стандартизации на 2018 год: приказ Росстандарта от 30 июля 2018 г. № 1600 // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304552/ (дата обращения: 27.11.2018).
15. Дьяконова С. Н. О необходимости оценки стоимости деловой репутации предприятий // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Инновации в строительстве. 2016. № 2. С. 21–25.
16. Измайлова М. А. Деловая репутация как фактор повышения конкурентоспособности компаний // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2018. № 3 (34). С. 42–45.
17. Агапонова П. О., Гнедых Н. Н. Деловая репутация и инновационные технологии как инструменты конкурентоспособности предприятий сферы

услуг // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2018. № 7 (7). С. 3–6.

18. Янченко А. Ю., Андросенко Н. В., Иванова Г. Н. Современные механизмы стандартизации для улучшения экологической обстановки в регионах // Экономика региона. 2018. Т. 14, № 2. С. 516–529.
19. Выхребенцева А. Н. Сущность показателя «деловой репутации» и проблемы его расчета в российской экономике // Молодежь и XXI век — 2018: мат-лы VIII Междунар. молодежной науч. конф.: в 5-ти т. / отв. ред А. А. Горохов. Т. 1. Экономика. (Курск, 21–22 февраля 2018 г.). Курск: Университетская книга, 2018. С. 49–51.
20. Канищева Е. С., Ходыревская С. В. Методы оценки опыта и деловой репутации предприятия // Качество в производственных и социально-экономических системах: сб. науч. тр. 6-й Междунар. науч.-техн. конф.: в 2 т. / отв. ред. Е. В. Павлов. Т. 1. (Курск, 20 апреля 2018 г.). Курск: Университетская книга, 2018. С. 253–257.
21. *The Reputations of the Most Visible Companies // Reputation Quotient: The Harris Poll*. [Электронный ресурс]. URL: <https://theharrispoll.com/reputation-quotient/> (дата обращения: 06.12.2018).
22. Абаджян С. А., Трамова Д. А. Корпоративная культура: инструмент эффективной деятельности компаний и их деловая репутация // Аллея науки. 2018. Т. 2, № 4 (20). С. 585–589.
23. Абрамова Е. А., Белова Л. М. Деловая репутация и репутационные риски современных бизнес-компаний // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. XIII Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч. 2. (Пенза, 27 января 2018 г.). Пенза: Наука и просвещение, 2018. С. 31–33.
24. *Комплаенс контроль* // ICC. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/komplaens-kontrol-chto-takoe-i-dlya-chego-nuzhen/> (дата обращения: 14.11.2018).
25. *Getting ahead of the watchdogs: Real-time compliance management: 2018 State of Compliance Study* // PWC. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.com/us/en/services/risk-assurance/library/state-of-compliance-study.html> (дата обращения: 14.11.2018).
26. Лахно Ю. В. Система комплаенс в российских компаниях реального сектора экономики // Налоги и финансы. 2018. № 2 (38). С. 36–45.
27. Калинин О. И. Рекомендации по внедрению модели управления деловой репутацией (гудвиллом) на промышленных предприятиях // Управленческое консультирование. 2018. № 4 (112). С. 71–84.
28. Хомякова Г. С. Оценка деловой репутации и репутационного риска в компании // Менеджмент и маркетинг: теория и практика: сб. науч. ст. Чебоксары, 2018. С. 459–463.
29. Гусев М. К. Риски формирования и управления деловой репутации и имиджа организации: оценка изученности темы // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2018. Т. 9, № 2. С. 5–24.
30. Лисицкая Т. С. Управление репутационными рисками компаний строительного сектора // Финансы России в условиях глобализации: мат-лы III Междунар. науч.-практ. конф., приуроченной ко «Дню финансиста — 2018» (Воронеж, 25 сентября 2018 г.). Воронеж: Изд-во Ворон. экон.-правового ин-та, 2018. С. 340–344.

References

1. *Doing business 2018: Reforming to create jobs*. A World Bank Group Flagship Report. Available at: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doing-Business/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>. Accessed 09.11.2018.
2. *Doing Business 2017: Equal opportunity for all*. A World Bank Group Flagship Report. Available at: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doing-Business/media/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf>. Accessed 09.11.2018.
3. Ageyeva O. *Experts included Russia among the worst countries in terms of business value*. RBC. Available at: <https://www.rbc.ru/economics/19/11/2018/5beef8e9a7947139836afdc>. Accessed 09.11.2018. (in Russ.).
4. Schwab K. *The global competitiveness report 2018*. World Economic Forum. Available at: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>. Accessed 11.11.2018.
5. Vazhenina I. S., Yushchuk V. E. *Delovaya reputatsiya organizatsii: struktura, kharakteristiki i ranzhirovaniye [Business reputation of the organization: Structure, characteristics and ranking]*. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2018, no. 4, pp. 20–27.
6. *On approval of the Provision on accounting “Accounting for intangible assets” (PBU 14/2007). Order of the Ministry of Finance of Russia dated December 27, 2007 No. 153n (revision of May 16, 2016). Registered in the Ministry of Justice of Russia on January 23, 2008 No. 10975*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/. Accessed 11.11.2018. (in Russ.).
7. Skomorokhova I. O. *Delovaya reputatsiya organizatsii [Business reputation of the organization]*. *Voprosy nauki i obrazovaniya*, 2018, no. 22 (34), pp. 36–38.
8. Kobeleva V. A. *Gudvill: ponyatiye, znachenkiye i roli v Rossii i za rubezhom [Goodwill: Concept, meaning and roles in Russia and abroad]*. *Nauka cherez prizmu vremeni*, 2018, no. 1 (10), pp. 76–78.
9. Kormina P. V. *Pravo na delovuyu reputatsiyu [Right to business reputation]*. *Alleya nauki*, 2018, vol. 3, no. 1 (17), pp. 614–617.
10. Ostapets E. N. *Chest’, dostoinstvo i delovaya reputatsiya kak ob’yekty pravovoy zashchity [Honor, dignity and business reputation as objects of legal protection]*. *Yuridicheskiy fakt*, 2018, no. 34, pp. 49–53.
11. *Business reputation*. Grandars.ru. Available at: <http://www.grandars.ru/college/biznes/delovaya-reputaciya.html>. Accessed 16.11.2018. (in Russ.).
12. GOST R 66.0.01-2017. *Evaluation of the experience and business reputation of business entities*. National System of Standards. General provisions, requirements and guidelines: The national standard of the Russian Federation. Approved and put into effect by the Order of Rosstandart dated November 21, 2017 No. 1795-st. Available at: <http://docs.cntd.ru/document/1200157737>. Accessed 27.11.2018. (in Russ.).
13. Okrepilov V. V., Yanchenko A. Yu., Okrepilova I. G. *Razvitiye sistemy gosudarstvennykh standartov po otsenke delovoy reputatsii [Development of a system of state standards for business reputation assessment]*. *Ekonomika i upravleniye*, 2017, no. 2 (136), pp. 4–11.

14. *On approval of the National Standardization Program for 2018. Order of Rosstandart dated July 30, 2018 No. 1600.* ConsultantPlus. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304552/. Accessed 27.11.2018. (in Russ.).
15. D'yakonova S. N. O neobkhodimosti otsenki stoimosti delovoy reputatsii predpriyatiy [On the need to assess the value of the business reputation of enterprises]. *Nauchnyy vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo universiteta. Seriya: Innovatsii v stroitel'stve*, 2016, no. 2, pp. 21–25.
16. Izmaylova M. A. Delovaya reputatsiya kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti kompaniy [Business reputation as a factor in improving the competitiveness of companies]. *Sotsial'no-ekonomicheskoye upravleniye: teoriya i praktika*, 2018, no. 3 (34), pp. 42–45.
17. Agaponova P. O., Gnedykh N. N. Delovaya reputatsiya i innovatsionnyye tekhnologii kak instrumenty konkurentosposobnosti predpriyatiy sfery uslug [Business reputation and innovative technologies as tools for the competitiveness of service enterprises]. *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti*, 2018, no. 7 (7), pp. 3–6.
18. Yanchenko A. Yu., Androsenko N. V., Ivanova G. N. Sovremennyye mekhanizmy standartizatsii dlya uluchsheniya ekologicheskoy obstanovki v regionakh [Modern standardization mechanisms to improve the environmental situation in the regions]. *Ekonomika regiona*, 2018, vol. 14, no. 2, pp. 516–529.
19. Vyskrebentseva A. N. Sushchnost' pokazatelya "delovoy reputatsii" i problemy ego rascheta v rossiyskoy ekonomike [The essence of the indicator "business reputation" and the problem of its calculation in the Russian economy]. In: *Molodezh' i XXI vek — 2018. Mat. VIII Mezhdunar. molodezhnoy nauch. konf. (v 5-ti t.). T. 1. Ekonomika. (Kursk, 21–22 fevralya 2018 g.)* [Youth and XXI century — 2018. Proc. 8th Int. youth sci. conf. (in 5 vols). Vol. 1. Economics (Kursk, 21–22 Feb., 2018). Kursk: Universitetskaya kniga, 2018, pp. 49–51.
20. Kanishcheva E. S., Khodyrevskaya S. V. Metody otsenki opyta i delovoy reputatsii predpriyatiya [Methods for evaluating the experience and business reputation of an enterprise]. In: *Kachestvo v proizvodstvennykh i sotsial'no-ekonomicheskikh sistemakh. Sb. nauch. tr. 6 Mezhdunar. nauch.-tekhn. konf. (v 2-kh t.). T. 1. (Kursk, 20 aprelya 2018 g.)* [Quality in industrial and socio-economic systems. Proc. 6th Int. sci. and techn. conf. (in 2 vols.). Vol. 1. (Kursk, 20 April, 2018). Kursk: Universitetskaya kniga, 2018, pp. 253–257.
21. *The reputations of the most visible companies. Reputation Quotient: The Harris Poll.* Available at: <https://theharrispoll.com/reputation-quotient/>. Accessed 06.12.2018.
22. Abadzhyan S. A., Tramova D. A. Korporativnaya kul'tura: instrument effektivnoy deyatelnosti kompaniy i ikh delovaya reputatsiya [Corporate culture: A tool for efficient operation of companies and their business reputation]. *Alleya nauki*, 2018, vol. 2, no. 4 (20), pp. 585–589.
23. Abramova E. A., Belova L. M. Delovaya reputatsiya i reputatsionnyye riski sovremennykh biznes-kompaniy [Business reputation and reputational risks of modern business companies]. In: *Sovremennyye tekhnologii: aktual'nyye voprosy, dostizheniya i innovatsii. Sb. st. XIII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (v 2 ch.) Ch. 2. (Penza, 27 yanvarya 2018 g.)* [Modern technologies: Current issues, achievements and innovations. Proc. 13th Int. sci.-pract. conf. (in 2 pts.). Pt. 2 (Penza, 27 Jan. 2018)]. Penza: Nauka i prosveshcheniye, 2018, pp. 31–33.
24. *Compliance control. ICC Russia.* Available at: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/komplaens-kontrol-chnotakoe-i-dlya-chego-nuzhen/>. Accessed 14.11.2018. (in Russ.).
25. *Getting ahead of the watchdogs: Real-time compliance management. 2018 state of compliance study.* PWC. Available at: <https://www.pwc.com/us/en/services/risk-assurance/library/state-of-compliance-study.html>. Accessed 14.11.2018.
26. Lakhno Yu. V. Sistema komplayens v rossiyskikh kompaniyakh real'nogo sektora ekonomiki [Compliance system in Russian companies of the real sector of economy]. *Nalogi i finansy*, 2018, no. 2 (38), 36–45.
27. Kalinskiy O. I. Rekomendatsii po vnedreniyu modeli upravleniya delovoy reputatsiyey (gudvillom) na promyshlennyykh predpriyatiyakh [Recommendations for the implementation of the model of managing business reputation (goodwill) in industrial enterprises]. *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye*, 2018, no. 4 (112), pp. 71–84.
28. Khomyakova G. S. Otsenka delovoy reputatsii i reputatsionnogo riska v kompanii [Assessment of business reputation and reputation risk in the company]. In: *Menedzhment i marketing: teoriya i praktika* [Management and marketing: Theory and practice]. Cheboksary, 2018, pp. 459–463.
29. Gusev M. K. Riski formirovaniya i upravleniya delovoy reputatsii i imidzha organizatsii: otsenka izuchennosti temy [Risks of the formation and management of business reputation and image of the organization: Assessment of the knowledge of the topic]. *Marketing MVA. Marketingovoye upravleniye predpriyatiyem*, 2018, vol. 9, no. 2, pp. 5–24.
30. Lisitskaya T. S. Upravleniye reputatsionnymi riskami kompaniy stroitel'nogo sektora [Reputational risk management for construction companies]. In: *Finansy Rossii v usloviyakh globalizatsii. Mat. III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., priurochennoy ko "Dnyu finansista — 2018" (Voronezh, 25 sentyabrya 2018 g.)* [Finance of Russia in the context of globalization. Proc. 3rd Int. sci.-pract. conf. dedicated to the "Day of the financier — 2018" (Voronezh, Sept. 25, 2018)]. Voronezh: Voronezh Economics and Law Institute, 2018, pp. 340–344.