

УДК 658:005.336.6

В. Н. Дорошко (vetal.doroshko@gmail.com),
магистр экономических наук, ассистент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННИМИ И ВНЕШНИМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

В статье приведена методика оценки деловой репутации организаций Республики Беларусь с позиции внутренних и внешних стейкхолдеров.

The article describes the evaluation technique of the business reputation of the organizations from the standpoint of internal and external stakeholders in the Republic of Belarus.

Ключевые слова: деловая репутация; оценка; внешние и внутренние стейкхолдеры.

Key words: business reputation; evaluation; internal and external stakeholders.

Введение

Важность полной и экономически обоснованной оценки деловой репутации признается как на теоретическом, так и практическом уровнях. Причины роста внимания топ-менеджеров организаций к вопросам разработки эффективного метода оценки деловой репутации связаны с необходимостью принятия управленческих решений в условиях жестко ограниченного времени и растущей конкурентной напряженности на рынках присутствия бизнеса. На современном этапе экономического развития национальной экономики вопрос стоимостной оценки деловой репутации законодательно недостаточно урегулирован и при осуществлении сделки купли-продажи организации не реализуется важный принцип рыночной экономики: улучшая свою деловую репутацию для получения конкурентных преимуществ (действуя в собственных интересах), организации формируют общую благоприятную деловую среду (действуют в интересах всего общества).

В настоящее время к оценке стоимости деловой репутации организации независимо от ее правовой формы применяется бухгалтерский или экономический подход. Целью *бухгалтерского (статического) подхода* является определение фактической стоимости деловой репутации при совершении сделки купли-продажи организации. Расчет стоимости базируется на отчетных данных бухгалтерской отчетности, и прогнозирование будущей стоимости деловой репутации не представляется возможным [1]. *Экономический (динамический) подход* ориентирован на представление информации для принятия управленческих решений инвесторами об экономической целесообразности совершения сделки купли-продажи организации путем определения будущей стоимости деловой репутации и прогнозирования ее динамики [1]. Экономический подход также опирается на данные бухгалтерской отчетности, но ориентирован на будущее и содержит вероятностный компонент и субъективность суждений в вопросах определения планируемого срока владения новой, объединенной организацией, определения состава приобретенных конкурентных преимуществ, возможности их эксплуатации и ожидаемой экономической отдачи.

Изучение характеристик применяемых в мировой практике методов оценки по каждому из подходов, их преимуществ и недостатков показало как ограниченную применимость для белорусской экономики, так и невозможность учета интересов и целей внутренних и внешних групп стейкхолдеров (экономически заинтересованных лиц), что обусловило экономическую необходимость разработки авторского метода оценки деловой репутации, который мог бы применяться для любой организационно-правовой формы субъекта хозяйствования и учитывал частные интересы стейкхолдеров. В основу разработки методики оценки деловой репутации автором были положены ключевые постулаты квалиметрии, описанные А. Дамораданом:

- 1) оцениваемый объект обладает количественными и качественными характеристиками;
- 2) важность качественной составляющей объекта тем выше, чем более он неосвязаем;
- 3) в информационном обществе оценка обязательно должна проводиться с применением динамических методов корректировки (дисконтирования, капитализации) [2, с. 89–90]. При разра-

ботке методики расчета стоимости деловой репутации автором были выделены принципиальные особенности оцениваемого объекта, которые необходимо учесть при формировании расчетных алгоритмов:

1) деловая репутация есть сложное явление, которое содержит как фактически подтвержденные экономические результаты деятельности организации, так и субъективное (эмоционально-психологическое) мнение лица, имеющего контакт с организацией; измерение субъективного компонента «оценивания» организации возможно через анализ иерархии целей и интересов внутренних и внешних групп стейкхолдеров, что хоть и не полностью исключает вероятностный характер оценки, но является более объективным, чем мнение экспертов;

2) учитывая процессы совершенствования национальной системы бухгалтерского учета, в методе оценки необходимо заложить возможность выражать «профессиональное суждение» о результатах оценки, а также способность адаптации к наиболее прогрессивным формам учета по международным стандартам, что позволит минимизировать риски расхождения в процессах оценки;

3) в методике должна прослеживаться связь оценки с интересами стейкхолдеров.

Для повышения точности стоимостной оценки деловой репутации, удобства анализа изменения качественных характеристик и наиболее полной реализации заявленных принципов оценки объекта автором была использована концепция Яковлева – Бойцова о декомпозиции бизнес-процессов организации на отдельные контуры: ресурсный, контур идей, стратегический [3]. Под контуром понимается совокупность однородных по типу бизнес-процессов, которые объединены общей целью, оценка слаженности и продуктивности работы (экономические результаты) которых лежит в основе количественного расчета стоимости деловой репутации. Научной и практической новизной данного положения и его преимуществами являются: *во-первых*, распределение совокупной стоимости деловой репутации по контурам, что позволяет предоставить внутренним заинтересованным лицам информацию о гармоничности развития организации, сильных и слабых зонах функционирования каждого из контуров и в дальнейшем использовать эту информацию для совершенствования стратегии развития организации; *во-вторых*, наличие связи расчетов внутриконтурной стоимости деловой репутации с рядом показателей деловой активности организации (инвестиции по увеличению доли рынков присутствия, повышение конкурентоспособности товара, увеличению доли новой продукции в общем объеме производства); *в-третьих*, возможность анализа и прогнозирования изменения величины внутриконтурной деловой репутации в случае принятия управленческих решений о стратегическом реформировании бизнес-модели организации, что позволяет решать управленческие задачи по максимизации продуктивности бизнес-процессов; *в-четвертых*, базирование метода на данных статистической и финансовой отчетности, *в-пятых*, применимость для любой организационно-правовой формы; *в-шестых*, возможность проведения сравнительного ретроспективного и перспективного анализа рыночного положения организации и ее конкурентов.

Различия в порядке оценки деловой репутации заключаются в самих целях оценки для внутренних и внешних групп стейкхолдеров: *для первых* целью оценки является расчет величины синергетического эффекта взаимодействия групп репутационных активов на каждом из контуров организации в форме свободного денежного потока (Free Cash-Flow To Firm, FCFF), отражающего величину денежных средств, которые после финансирования инвестиций в основную и оборотный капитал могут быть выведены из оборота без отрицательных последствий для дальнейшего функционирования организации; *для вторых* – расчет экономической ценности скрытых конкурентных преимуществ, которые позволяют получить дополнительные экономические выгоды, отличные от среднеотраслевого уровня при сотрудничестве именно с этой организацией [4, с. 71]. Порядок оценки деловой репутации с позиции внешних и внутренних стейкхолдеров приведен в таблице 1.

Так как оценка стоимости деловой репутации происходит с позиции внутренних и внешних групп стейкхолдеров, то дополнительно необходимо произвести оценку рискованной стоимости деловой репутации. Под ней понимается размер потенциальных убытков для одной или двух сторон в случае возникновения между ними агентских конфликтов в вопросах деловой активности бизнеса: чем выше напряженность между видением перспектив бизнеса и путями достижения целей между внутренними и внешними группами стейкхолдеров, тем выше рискованная стоимость деловой репутации.

Таблица 1 – Оценка стоимости деловой репутации для внутренних и внешних групп заинтересованных лиц (стейкхолдеров)

Группа стейкхолдеров	Порядок расчета стоимости деловой репутации
1. Внутренние	<p><i>Ресурсный контур:</i> синергетический эффект в абсолютном выражении выражается в приросте величины чистого денежного потока по текущей деятельности за счет более рационального использования ресурсов, применения энергосберегающих технологий и сокращения расходов на оперативное управление контуром путем автоматизации наиболее трудоемких бизнес-процессов:</p> $RCS = CF_{CB} - (NWC + I_{APLA} + TEC),$ <p>где <i>RCS</i> (Resource Contour Synergy) – синергетический эффект взаимодействия репутационных активов ресурсного контура организации, тыс. денеж. ед.; <i>CF_{CB}</i> (Cash-Flow on Current Business) – денежный поток организации по текущей деятельности, тыс. денеж. ед.; <i>NWC</i> (Net Working Capital) – чистый оборотный капитал организации, тыс. денеж. ед.; <i>I_{APLA}</i> (Long-Term Assets Active Part Investment) – инвестиции в активную часть основных средств организации, тыс. денеж. ед.; <i>TEC</i> (Total Enterprises Costs) – общепроизводственные расходы, тыс. денеж. ед.</p> <p><i>Контур идей:</i> оценка дополнительного денежного потока по текущей деятельности за счет эффективных схем коммерческого использования нематериальных активов (брендов, собственных торговых марок, франшиз), финансирования R&D проектов с высоким уровнем доходности, расходов на повышение квалификации персонала и проведение стратегических маркетинговых исследований текущих и перспективных рынков присутствия производится по формуле</p> $ICS = \frac{CF_{sales} - (IA + FPC + QIC + SMC)}{(1 + R)^n},$ <p>где <i>ICS</i> (Ideas' Contour Synergy) – синергетический эффект взаимодействия репутационных активов контура идей, тыс. денеж. ед.; <i>CF_{sales}</i> (Cash-Flow from Sales) – денежный поток от продаж брендированной продукции, франшиз, поступлений доходов в виде роялти, тыс. денеж. ед.; <i>IA</i> (Intangible Assets) – балансовая стоимость нематериальных активов, тыс. денеж. ед.; <i>FPC</i> (Future Period Costs) – расходы будущих периодов, направленных на финансирование R&D проектов, тыс. ден. ед.; <i>QIC</i> (Quality Improvement Costs) – расходы на повышение квалификации персонала, тыс. денеж. ед.; <i>SMC</i> (Strategic Marketing Costs) – расходы на стратегические маркетинговые исследования, тыс. ден. ед.; <i>R</i> (Return Ratio) – норма доходности по инвестициям в R&D проекты по созданию новых НМА, разработке схем реализации франшиз, %; <i>n</i> – временной период, лет</p> <p><i>Контур дипломатии:</i> способность организации наращивать чистый денежный поток за счет совершенствования процессов взаимодействия групп репутационных активов и минимизации вероятных конфликтов между интересами управляющих контурами, которые выражаются в получении дополнительных финансовых, технологических и интеллектуальных ресурсов для развития конкретного контура, определяется по формуле</p> $DCS = \left(\frac{NCF}{Re_A} - \overline{TA} \right) \times (1 - WACC).$ <p>Причем $Re_A = \frac{NCF_{CB}}{TA},$</p> <p>где <i>DCS</i> (Diplomatic Contour Synergy) – синергетический эффект взаимодействия репутационных активов контура дипломатии, тыс. денеж. ед.; <i>NCF</i> (Net Cash-Flow) – чистый денежный поток организации, тыс. денеж. ед.; <i>TA</i> – среднегодовая величина активов организации, тыс. денеж. ед.; <i>NCF_{CB}</i> (Net Cash-Flow from Current Business) – чистый денежный поток по текущей деятельности, тыс. денеж. ед.; <i>Re_A</i> (Return on Assets) – экономическая отдача активов организации на чистый денежный поток по текущей деятельности, %; <i>WACC</i> (Weight Average Cost of Capital) – средневзвешенная стоимость капитала, %</p>

Окончание таблицы 1

Группа стейкхолдеров	Порядок расчета стоимости деловой репутации
2. Внешние	<p><i>Ресурсный контур</i>: способность организации поддерживать устойчивость производственных и сбытовых процессов в условиях изменчивой рыночной конъюнктуры, лимитированного времени для принятия управленческих решений и экономических рисков рассчитывается по формуле</p> $BR_{RC} = SEE + IS_{BO} + TF + LPA - LFI - LR - OR - OPA,$ <p>где BR_{RC} (Resource Contour Business Reputation) – стоимость деловой репутации, созданной на ресурсном контуре, тыс. денеж. ед.;</p> <p>SEE (Shares' Extra Emission) – эмиссия дополнительных акций, тыс. денеж. ед.;</p> <p>IS_{BO} (Business Owners' Investment Sums) – суммы вкладов собственника имущества учредителей, участников);</p> <p>TF (Target Financing) – суммы целевого финансирования, тыс. денеж. ед.;</p> <p>LFI (Long-term Financial Investments) – долгосрочные финансовые инвестиции (вложения), тыс. денеж. ед.;</p> <p>LR (Long-term Period Receivables) – суммы долгосрочной дебиторской задолженности, тыс. денеж. ед.;</p> <p>LPA (Long-term Period Payable Accounts) – суммы долгосрочной кредиторской задолженности, тыс. денеж. ед.;</p> <p>OR (Overdue Receivables) – суммы просроченной дебиторской задолженности, тыс. денеж. ед.;</p> <p>OPA (Overdue Payable Accounts) – суммы просроченной кредиторской задолженности, тыс. денеж. ед.</p> <hr/> <p><i>Контур идей</i>: оценка коммерческой эффективности использования интеллектуального потенциала организации в виде нематериальных активов (НМА), расходов на финансирование портфеля R&D проектов, доходов будущих периодов от передачи прав на НМА для конкретных сделок проводится по формуле</p> $BR_{IC} = IA + LAI_{IA} + LIA + \frac{\sum_{k=1}^n FPC_k}{(1+i)^k} - \frac{\sum_{t=1}^n FPI_t}{(1+d)^t},$ <p>где BR_{IC} (Ideas' Contour Business Reputation) – стоимость деловой репутации, созданной в контуре идей, тыс. денеж. ед.;</p> <p>IA (Intangible Assets) – балансовая стоимость нематериальных активов, тыс. денеж. ед.;</p> <p>LIA (Intangible Assets in Leasing) – стоимость НМА, переданных в качестве объектов финансовой аренды (лизинга), тыс. денеж. ед.;</p> <p>LAI (Long-term Investments in Assets) – вложения в долгосрочные активы, направляемые на создание или приобретение нематериальных активов, тыс. денеж. ед.;</p> <p>FPC_k (Future Period Costs) – расходы будущего k-го периода, направленные на создание нематериальных активов, тыс. денеж. ед.;</p> <p>FPI_t (Future Period Incoms) – доходы будущего t-го периода, ожидаемые к получению от созданных нематериальных активов, тыс. денеж. ед.;</p> <p>i – ставка дисконта для расходов будущих периодов (цена финансирования расходов будущих периодов), %;</p> <p>d – ставка дисконта для доходов будущих периодов (требуемая норма доходности по инвестициям в R&D проекты), %;</p> <p>k, t – прогнозируемое количество периодов осуществления расходов будущих периодов и получения доходов будущих периодов от использования НМА, реализации R&D проектов, лет</p> <hr/> <p><i>Контур дипломатии</i>: изучение управленческих решений, направленных на максимизацию экономической добавленной стоимости от использования репутационных активов на различных контурах и отдачи инвестиций в инфраструктурные компоненты бизнеса, обеспечивающие коммуникации с внешними заинтересованными лицами, осуществляется с использованием следующих формул:</p> $BR_{DC} = NCF_{CB} \cdot R - I \cdot WACC;$ $R = \frac{1 + ROIC}{1 + WACC},$ <p>где NCF_{CB} (Current Business Net Cash-Flow) – чистый денежный поток по текущей деятельности, тыс. денеж. ед.;</p> <p>R – коэффициент капитализации инвестиций, %;</p> <p>$ROIC$ (Return on Investment Capital) – рентабельность инвестированного капитала, %;</p> <p>$WACC$ – средневзвешенная стоимость инвестированного капитала, %</p>
Примечание – Источник: разработано автором.	

Для ее оценки автором предлагается использовать расчет модифицированного показателя VaR , который дополнен компонентом отрицательной корреляции, отражающим степень остроты противоречий в интересах внутренних и внешних групп стейкхолдеров:

$$MVaR = BR \cdot \sigma \cdot \lambda \cdot (1 - k_{\max})^n,$$

где $MVaR$ (*Modified Value at Risk*) – модифицированная величина рискованной стоимости деловой репутации, тыс. р.;

BR – стоимость деловой репутации организации (сумма стоимостей деловой репутации на каждом контуре с позиции внутренних или внешних заинтересованных лиц), тыс. р.;

σ – волатильность чистого денежного потока организации, %;

λ – квантиль нормального распределения для выбранного доверительного уровня, показывает положение искомого значения случайной величины относительно среднего, выраженное в количестве стандартных отклонений доходности портфеля (при вероятности отклонения от среднего, равного 99%, квантиль нормального распределения составляет 2,326, при 95% – 1,645);

k – максимальная величина отрицательной корреляции [5, с. 17–18].

Рассмотрим пример расчета стоимости деловой репутации для условного общества с ограниченной ответственностью «Икс» (далее – ООО «Икс») с позиции внутренних стейкхолдеров. Данные для расчета внутриконтурной деловой репутации в соответствии с методическими рекомендациями приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет стоимости деловой репутации ООО «Икс» по состоянию на 01.01.2017 года и 01.01.2018 года

Показатели	На 01.01.2017	На 01.01.2018
I. РЕСУРСНЫЙ КОНТУР		
1.1. Денежный поток организации по текущей деятельности, тыс.р.	89	94
1.2. Чистый оборотный капитал организации, тыс. р.	41	49
1.3. Инвестиции в активную часть основных средств организации, тыс. р.	16	19
1.4. Общепроизводственные расходы, тыс. р.	13	17
1.5. Стоимость деловой репутации на ресурсном контуре, тыс.р.	19	9
II. КОНТУР ИДЕЙ		
2.1. Денежный поток от продаж брендированной продукции, франшиз, поступлений доходов в виде роялти, тыс. р.	65	71
2.2. Балансовая стоимость нематериальных активов, тыс. р.	24	27
2.3. Расходы будущих периодов, направленные на финансирование R&D-проектов, тыс. р.	10	12
2.4. Расходы на повышение квалификации персонала, тыс. р.	2	3
2.5. Расходы на стратегические маркетинговые исследования, тыс. р.	5	4
2.6. Норма доходности по инвестициям в R&D проекты по созданию новых НМА, разработке схем реализации франшиз, %	15,0	16,0
2.7. Средний срок реализации R&D проектов, лет	1,1	1,5
2.8. Стоимость деловой репутации на контуре идей, тыс.р.	21	25
III. КОНТУР ДИПЛОМАТИИ		
3.1. Чистый денежный поток организации, тыс. р.	49	52
3.2. Экономическая отдача активов организации на чистый денежный поток по текущей деятельности, %	47,90	49,60
3.2.1. Чистый денежный поток по текущей деятельности, тыс. р.	57	62
3.2.2. Среднегодовая величина активов организации, тыс. р.	119	125
3.3. Средневзвешенная стоимость капитала, %	23,75	25,66
3.4. Стоимость деловой репутации на контуре дипломатии, тыс. р.	-13,0	-15,0
IV. Стоимость деловой репутации организации (стр. 1.5 + стр. 2.8 + стр. 3.4)	27,0	19,0
Примечание – Источник: разработано автором.		

Таким образом, согласно проведенным расчетам стоимость деловой репутации ООО «Икс» с позиции внутренних стейкхолдеров снизилась с 27 тыс. р. до 19 тыс. р., причем отрицательная оценка была только на контуре дипломатии, т. е. организации следует обратить внимание на реформирование управленческих бизнес-процессов.

Заключение

Приведенная в статье методика оценки деловой репутации организации с позиции внутренних и внешних групп стейкхолдеров позволяет проводить более точные расчеты объекта за счет ее структурно-функциональной декомпозиции на отдельные совокупности однородных бизнес-процессов (контур ресурсов, контур идей, контур дипломатии) и индивидуальный расчет слаженности и продуктивности работы таких групп бизнес-процессов, что позволяет проводить анализ и прогнозирование количественного и качественного изменения деловой репутации, а также осуществить измерение рискованной стоимости деловой репутации, которая представляет собой размер потенциальных убытков для одной или двух сторон в случае возникновения между ними агентских конфликтов в вопросах деловой активности бизнеса. Предложенная автором методика соответствует долгосрочным макроэкономическим целям поэтапной гармонизации международной и национальной систем бухгалтерского учета.

Список использованных источников

1. **Аналитические** материалы Международного оценочного консорциума [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.valnet.ru/m7-232.phtml>. – Дата доступа : 14.01.2018.
2. **Дамодаран, А.** Инвестиционная оценка / А. Дамодаран. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2014. – 530 с.
3. **Яковлев, В. А.** Формирование деловой репутации компании / В. А. Яковлев, А. А. Бойцов // Институт стратегического управления социальными системами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ismss.ru/uploads/p368.pdf>. – Дата доступа : 10.01.2017.
4. **Neuroeconomics: decision making and the brain** / ed. P.W. Glimcher [and other]. – Boston : Elsevier-Academy Publishers Inc., 2016. – 714 p.
5. **Camerer, C. F.** Experimental tests of sequential equilibrium reputation model / C. F. Camerer, K. Weighet // *Econometrica*. – 2016. – № 56. – Pp. 10 – 36.

Получено 25.01.2018 г.