

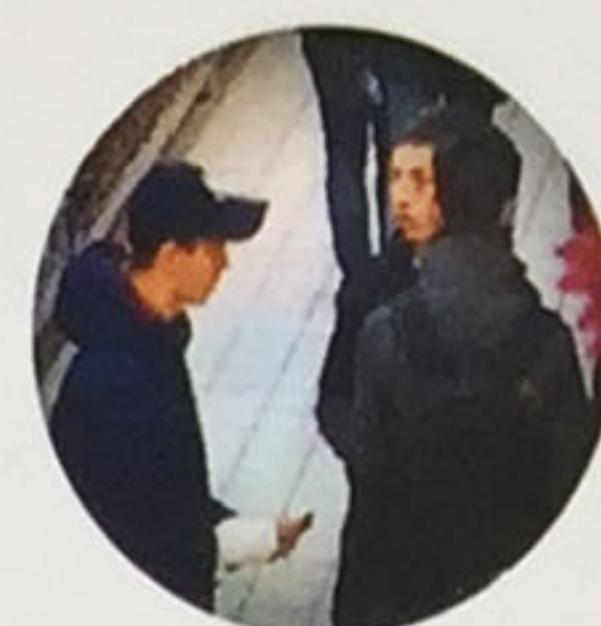
№15 от 10 апреля 2017 года

издается с 1992 года

ТОЧКА ЗРЕНИЯ БИЗНЕСА

БИЗНЕС

business-journal.com.ua



ОПЫТНЫМ ПУТЕМ

Самые громкие репутационные проколы украинских компаний

СВЯЗАННЫЕ ОДНОЙ СЕТЬЮ

Самые читаемые странички украинских предпринимателей в FB

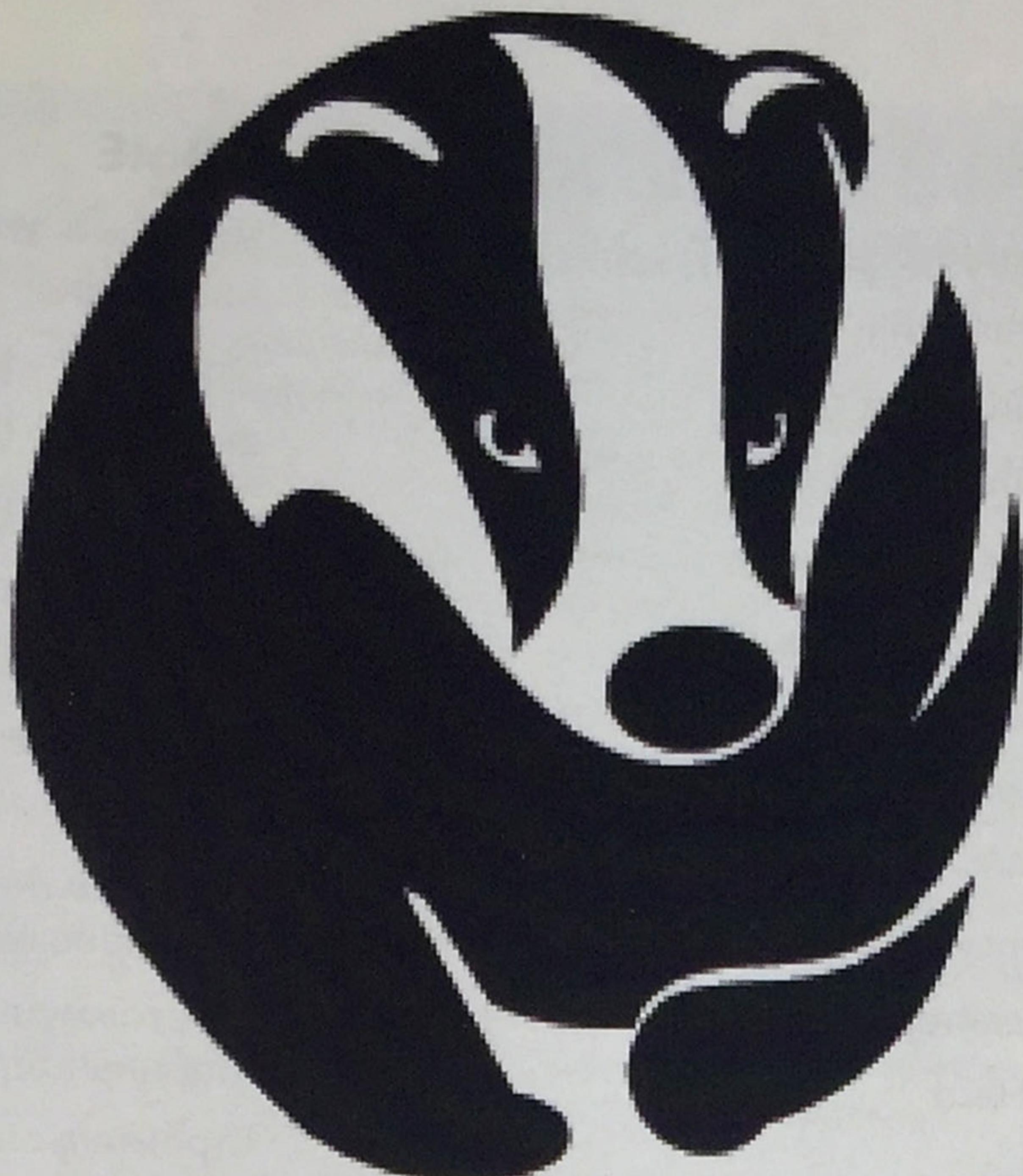


01262

Весенний призыв

Рейтинг лучших
компаний Украины
с репутационным
активом





Репутационные АКТИВисты-2017

Оргкомитет III Национального рейтинга качества управления корпоративной репутацией определил компании с самым высоким уровнем организации бизнес-процессов репутационного менеджмента. На XV Международном PR-Фестивале награды найдут своих героев – их торжественно вручат представителям компаний, добившимся самых лучших результатов в отраслевых и функциональных номинациях.

Высокие цели

У каждого проекта, рассчитанного на долгосрочную перспективу, должны быть ценностные ориентиры не только pragматического, но и альтруистического характера. Миссия Национального рейтинга качества управления корпоративной репутацией "Репутационные АКТИВисты" (далее – Рейтинг) заключается в том, чтобы поощрить компании и людей, которые системно и дальновидно подходят к управлению

репутацией. К сожалению, несмотря на все декларации о рыночной и маркетинговой ориентации украинских бизнес-структур, в реальной жизни намного больше конъюнктурных соображений, вкусовщины и волюнтаризма лиц, принимающих решения, чем это нужно для успеха дела. А значит, маячки здравого смысла, которые вопреки всему продолжают светить устойчивым светом, заслуживают особой награды – потому что служат путеводными

звездочками для последователей.

Тем более что роль таких оазисов адекватности в условиях репутационной экономики выходит за рамки микроэкономического уровня (индивидуальных интересов предпринимателей). В глобализированном оцифрованном и благодаря этому прозрачном мире каждый бизнес, каждый представитель деловой элиты – лицо страны, посол ее бренда и архитектор или разрушитель инвестиционного

имида. Соответственно, наличие компаний с качественными системами репутационного менеджмента является вкладом в укрепление международного реноме Украины.

Управленческая компетентность

Победа в Рейтинге имеет четкий и однозначный смысл. "Репутационные АКТИВисты" – это не компании с некоей абстрактной "высокой", "благоприятной", "отличной" репутацией. Потому что задача Рейтинга – оценивать не восприятие бизнес-структуры ее стейкхолдерами, а умение менеджеров репутации (собственника(ов), топ-менеджмента, PR/IR/GR-команд) правильно использовать правильный инструментарий.

Соответственно, высокие места в номинациях являются свидетельством высокого корпоративного IQ. Благодаря ему коммуникации в таких компаниях не сводятся к бессмысленному шумному точечному креативу, разрозненным медиапроявлениям или digital-профанациям. А представляют собой объединенный единой стратегической логикой и непрерывный во времени комплекс выполнимых и результативных мероприятий.

То есть принадлежность к славной когорте репутационных АКТИВистов означает, что:

- компания пришла на свой рынок всерьез и надолго;
- компанией владеют (руководят) прогрессивные люди, разбирающиеся в современных управлении технологиях;
- компании повезло с "менеджерами репутации" – PR-специалистами, маркетологами и всеми остальными сотрудниками, результаты работы которых отражаются на восприятии компании значимыми для нее целевыми аудиториями.

Большое Жюри

В жюри Рейтинга входят исключительно внешние по отношению к компаниям-номинантам специалисты: авторитетные украинские медиаэксперты, независимые отраслевые эксперты и

ОТРАСЛЕВЫЕ

Машиностроение
Металлургия
Ритейл – FMCG
Ритейл – Fashion
Ритейл – Ювелиры
Ритейл – Электроника
Ритейл – e-commerce
Ритейл – Товары для дома
Ритейл – Дрогери
Диверсифицированные бизнес-группы
Агросектор
IT – Hard
IT – Soft
HoReCa – Управляющая ресторанный компания

NoReCa – Управляющие гостиничные операторы
Финансы – Инвестиционные компании
Финансы – Страховые компании
Финансы – Банки
ТЭК – Генерация электричества
ТЭК – Нефтепереработка и ритейл
ТЭК – Добыча нефти и газа
Транспорт и Логистика
Телекоммуникации – Операторы фиксированной связи
Телекоммуникации – Мобильные/cdma операторы
Строительство и девелопмент
FMCG-food
FMCG-non-food

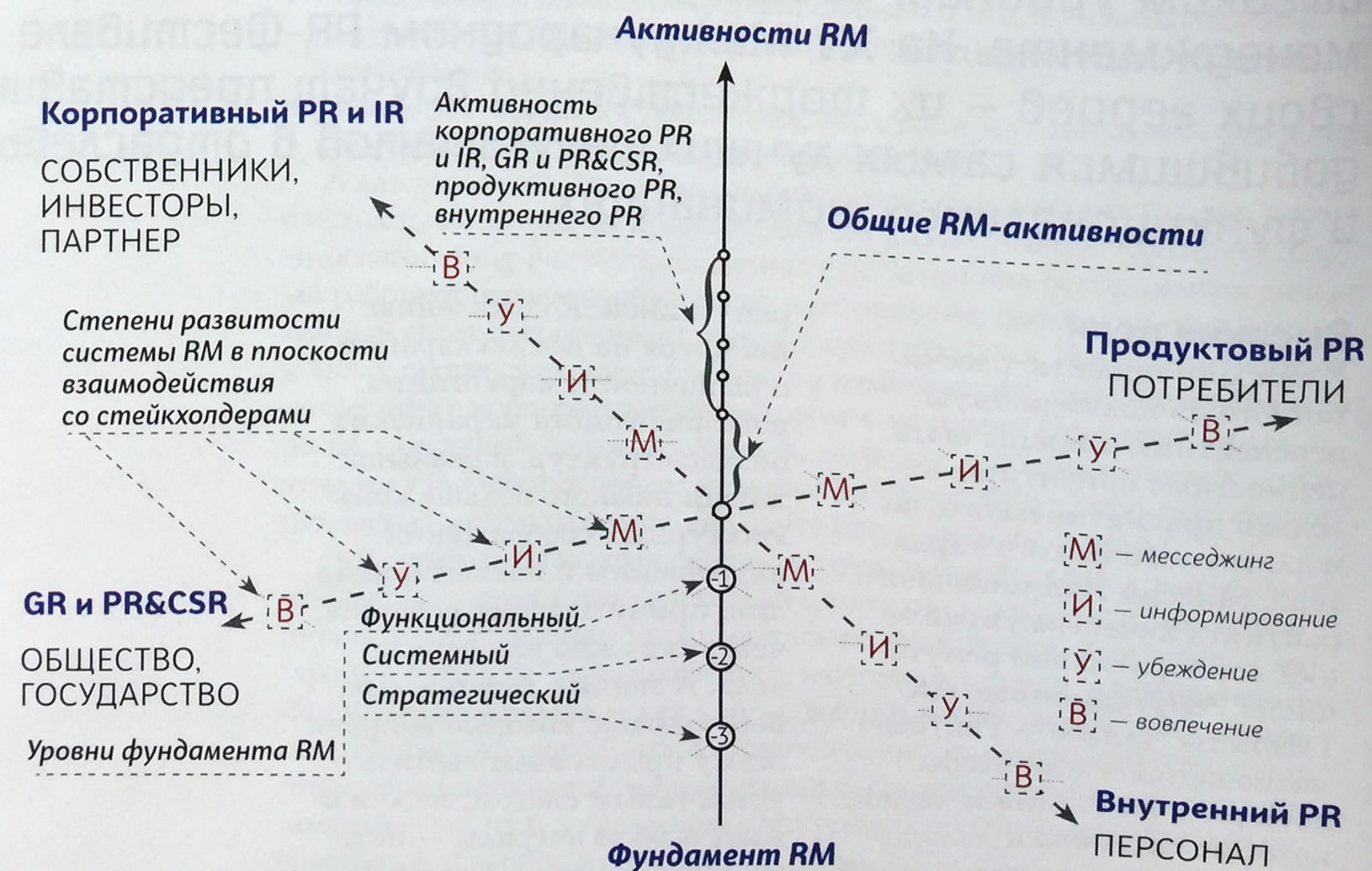
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ

Репутационная стабильность
Медиаактивность
Инновационный подход

Имиджевый капитал КСО
Антикризис года

ТРЕХМЕРНАЯ МОДЕЛЬ СИСТЕМЫ РЕПУТАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ* (RM)

*Дерев'янко О. Репутаційний менеджмент підприємства: теорія, методологія, практика. – К.: 2016.



представители консалтинговых компаний, инвестиционные аналитики, представители профессиональных общественных организаций, объединяющих участников соответствующих рынков. Список членов жюри находится в открытом доступе для всех желающих. В случае наличия конфликта интересов по какому-либо из номинантов эксперты были обязаны взять самоотвод, а счетная комиссия учитывала этот факт при подведении итогов голосования.

Логика рейтингования

Рейтингование проводится по матричному принципу: репутационные успехи компаний оцениваются в разрезе как отраслей, так и отдельных смысловых блоков. Соответственно, все номинации подразделяются на отраслевые и "сквозные" (функциональные):

На следующем этапе оценивается упоминаемость номинантов за отчетный период – 2016 г. Исходя из гипотезы, что качественное управление репутацией должно оставлять заметный след в информационном пространстве, для участия в рейтинге отбирается около 50 компаний с наивысшим показателем медиаприсутствия. Количество номинантов зависит от степени экономической концентрации на том или ином рынке и наличия (отсутствия) статистически значимого разрыва в показателях упоминаемости.

В процессе селекции номинантов учитывается мнение отраслевых ассоциаций-партнеров и других членов отраслевых жюри.

Полученный в результате long-list передается на аналитическую обработку отраслевым командам экспертов. После их кропотливой работы long-list превращается в short-list, включающий 5-15 операторов соответствующего рынка, качество управления корпоративной репутацией которых оценивает жюри общего профиля (инвестаналитики и оргкомитет). Суммарные оценки по итогам двух аналитических этапов и являются

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ В РАЗРЕЗЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ НОМИНАЦИЙ

Функциональные номинации

Показатели оценки

Репутационная стабильность	Наличие "живой" PR-службы, системный характер PR-работы, объективная основа для формирования благоприятной репутации (качественный продукт бизнеса, качественное управление, яркие и компетентные спикеры и др.), положительная реакция целевых аудиторий на PR-активность компании, прочий положительный эффект прилагаемых компанией усилий по управлению репутацией
Медиаактивность	Открытость к общению с представителями масс-медиа всех типов, качество распространяемых информационных сообщений, узнаваемость уполномоченных спикеров компании целевыми аудиториями, положительный эффект прилагаемых медиаусилий
Иновационный подход	Авторитет PR-команды компании среди целевых аудиторий, собственные нестандартные PR-решения, активность в new media, положительная реакция целевых аудиторий на PR-креатив, положительный эффект от внедряемых инноваций
Имиджевый капитал КСО (корпоративная социальная ответственность)	Системная работа по информированию общественности о реализуемых компанией проектах КСО, реальная полезность КСО-активностей для общества, фактическая степень социальной ответственности компании по отношению к персоналу, бизнес-партнерам, потребителям; положительное восприятие целевыми аудиториями деятельности компании в сфере КСО и прочие положительные эффекты прилагаемых в этой области усилий
Антикризис года	Наличие у компании стратегии антикризисного реагирования, корректность используемого инструментария, его успешное применение и положительная реакция целевых аудиторий на такое применение, положительный эффект приложенных усилий

основанием для формирования последовательности номинантов в рейтинге. Они характеризуют совокупный результат на текущий момент времени нажитых компанией за всю ее историю репутационных достижений или провалов.

Составляющие успеха

В основу методики рейтинга положена трехкомпонентная модель управления репутацией.

Использованный при ее создании концептуальный подход основан на необходимости согласованных действий по трем блокам, среди которых:

- наличие инфраструктуры управления репутацией (специализированного подразделения в оргструктуре, регламентированного бизнес-процесса и т.п.);
- арсенал используемых инструментов формирования репутации, широта такого арсенала, искусство и регулярность его использования (PR, GR, IR, CSR);
- система обратной связи, постоянный мониторинг отношения стейкхолдеров к компании.

Соответственно, в функциональных номинациях Рейтинга оценка проводится с учетом этой логики.

Каждый критерий рассчитывается на основе комплекса оценочных показателей-признаков по шкале 0-10 баллов, комплексная оценка является результатом агрегирования индивидуальных показателей.

ТРОФЕИ В ЗАЛ

Награждение победителей III Национального рейтинга качества управления корпоративной репутацией "Репутационные АКТИВисты", как и в прошедшие годы, состоится в рамках XV Международного PR-Фестиваля (www.pr-festival.com.ua). Ждем героев Рейтинга 12 апреля 2017 г. в конференц-центре отеля Radisson Blu (г.Киев, ул.Ярославов Вал, 22).



Елена Деревянко



РЕЙТИНГ АГРАРНЫХ КОМПАНИЙ

Позиция	Компания	Репутационная стабильность	Имиджевый капитал КСО	Медиаактивность	Инновационный подход	Антикризис года	Средний балл
1	KERNEL	44,8	43,9	44,0	44,0	43,3	44,0
2	Астарта-Киев	45,7	45,5	44,8	40,0	43,3	43,9
3	Мрия Агрохолдинг	40,7	41,3	42,5	41,5	44,3	42,1
4	HarvEast Holding	39,2	45,0	43,5	37,2	43,0	41,6
5	Нибулон	42,4	40,8	43,4	37,2	39,6	40,7
6	AgroGeneration	40,3	40,1	42,8	35,7	39,2	39,6
7	Росток-Холдинг	41,0	39,3	38,4	38,2	38,6	39,1
8	KSG Agro	36,0	36,4	41,4	38,0	36,4	37,6
9	Индустриальная молочная компания	37,8	39,2	40,8	32,2	34,0	36,8
10	Агротрейд	33,5	36,0	44,3	32,0	33,0	35,8

Неземная оценка

Изменение конъюнктуры мирового аграрного рынка, политическая и экономическая нестабильность в Украине не способствовали формированию положительного имиджа украинских аграриев в глазах зарубежных инвесторов в последние годы. После того как некоторые компании не смогли справиться с долговой нагрузкой, аналитики утверждали, что почти весь отечественный агробизнес дискредитировал себя в глазах иностранных инвесторов. За исключением "голубых фишек".

В частности, одного из крупнейших мировых производителей подсолнечного масла компанию "Кернел", акции которой с 2007 г. котируются на Варшавской фондовой бирже, в 2015 г. польские инвесторы признали "Лучшей иностранной компанией года" среди компаний Центральной и Восточной Европы. Имея возможность перерабатывать на восьми заводах 3,5 млн т подсолнечника в год, "Кернел" удерживает 7-8% мирового производства подсолнечного масла. Характерно, что судебное

разбирательство по поводу поставленного в ЕС загрязненного масла не нанесло непоправимого вреда репутации компании и не замедлило ее стремительное развитие. Дело тянулось с 2008 г., и только в январе 2016 г. суд принял решение, в соответствии с которым "Кернел" уплатила штраф в размере \$2,4 млн. Как бы там ни было, ни штрафы, ни другие неприятности не повлияли на финансовые показатели компании. 2016-й финансовый год "Кернел" завершила с чистой прибылью \$225,2 млн, что в 2,1 раза больше, чем в 2015-м финансовом году. Выпустив в начале 2017 г. евробонды на \$500 млн, компания реализует свою амбициозную инвестиционную программу, приобретая новые агроактивы в Украине.

Еще одна "голубая фишка", поддерживающая репутацию всего отечественного агросектора, — холдинг "Астарта". За лидером по производству сахара в Украине закрепилась репутация сверхнадежного заемщика, который регулярно получает кредиты от ЕБРР и IFC. В прошлом году укрепило репутацию

"Астарты" сообщение о приобретении компанией Fairfax Financial Holdings 10% ее доли у мажоритарных акционеров. Известная канадская публичная компания, акции которой котируются на фондовой бирже в Торонто, проявила интерес к "Астарте" еще летом 2015 г. Fairfax является инвестором около 200 компаний по всему миру. Агрохолдинг рассчитывает установить партнерские отношения с этими компаниями, особенно с работающими в Индии, Юго-Восточной Азии, Северной и Южной Америке. Виктор Иванчик, собственный "Астарты", выразил уверенность, что пример его компании покажет, что в Украину можно и нужно инвестировать.

Еще один игрок, которого жюри рейтинга выделило среди аграрных имиджмейкеров, — "Мрия Агрохолдинг". Эту компанию по праву можно назвать репутационным реаниматологом. Буквально два года назад решался вопрос о существовании компании в принципе. Однако менеджмент холдинга во главе с Саймоном Чернявским смог убедить кредиторов выделить "Мрии", имевшей долг в размере \$1 млрд, кредит на \$25 млн для восстановления производственного процесса. Справившись с этим обязательством, компания оправдала доверие инвесторов, и на 2016 г. кредитная линия была увеличена до \$46 млн. А в прошлом году "Мрия Агрохолдинг" обработала весь земельный банк — 160 тыс.га. Еще больше укрепило репутацию "стабильного восстановления" компании соглашение о реструктуизации долгов. В конце лета 2016 г. руководству агрохолдинга удалось договориться о реструктуизации долгового портфеля компании в размере \$1,1 млрд. В результате переговоров кредиторы согласились сократить долг до \$330 млн. Таким образом, "Мрия Агрохолдинг" стала первой в отечественном агробизнесе компанией, которой большинство кредиторов согласились списать более 60% задолженности.