

10.18. ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ БИЗНЕСА УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ

Федорова Е.А., д.э.н., доцент кафедры «Финансовый менеджмент», Финансовый университет при Правительстве РФ; Андреева О.А., маркетолог-аналитик, ООО «Криф»

В связи с тем, что деловая репутация управляющей компании оказывает большое влияние на ее деятельность, позволяя ей повысить стоимость компании, ее конкурентоспособность и привлекательность, а также получить дополнительную прибыль, проблема правильного управления деловой репутацией, которая в основном зависит от финансово-экономического состояния компании, приобрела в последнее время большую значимость. В настоящей работе определяется сущность деловой репутации управляющей компании, а также рассматриваются факторы, влияющие на репутацию, связанную с бизнесом управляющей компании.

В течение многих лет считается, что деловая репутация оказывает большое влияние на деятельность фирмы, позволяет значительно повысить стоимость предприятия, а также получать дополнительную прибыль. Деловая репутация считается нематериальным активом компании, а следовательно, является ведущим фактором в повышении конкурентоспособности и привлекательности компании, способствует приобретению компанией дополнительных преимуществ.

Управляющие компании (УК), также как и все остальные предприятия, имеют деловую репутацию, которую им необходимо правильно оценивать и правильно ей управлять с тем, чтобы повысить доходность своей деятельности, привлечь большее количество клиентов, быть конкурентоспособными на рынке.

За последнее время было написано много работ, посвященных изучению деловой репутации компаний (во многих зарубежных работах понятие «деловая репутация» отождествляется с термином «гудвилл»), однако до сих пор не существует единого ответа на вопрос, что же представляет собой деловая репутация.

Нами была проведена систематизация зарубежных исследований, на основе чего мы выделили два подхода к оценке деловой репутации компании:

- оценка деловой репутации, исходя из стоимости компании;
- оценка деловой репутации, исходя из стоимости компании, цены ее бренда, имиджа и услуг (т.е. деловая репутация ассоциируется с терминами «идентичность» компании и «имидж компании»).

Подходы различных зарубежных авторов к оценке деловой репутации компании представлены в табл. 1.

В российской практике существует два общепринятых определения понятию «деловая репутация». Согласно Положению по бухгалтерскому учету, «деловая репутация – это разница между ценой предприятия (как приобретаемого имущественного комплекса в целом) и стоимостью всех его активов по бухгалтерскому балансу» [3]. В Международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) содержится следующее определение: «деловая репутация – это разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов» [2].

Согласно данным табл. 1, следует отметить, что, независимо от того или иного подхода, стоимость компании, или ее бизнеса, является неотъемлемой частью деловой репутации компании. В связи с этим в настоящей работе мы постараемся определить, какие факторы влияют на стоимость бизнеса компании в це-

лом. В качестве объекта исследования мы будем рассматривать УК.

Таблица 1

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОДХОДОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ¹

Подход	Авторы	Сущность деловой репутации
Оценка деловой репутации, исходя из стоимости компании	P.D. Leake [10]	Форма имущественного права, зависящая от развития торговых отношений и бизнеса
	Frederic P. Miller, Agnes F. Vandome, John McBrewster [13]	Разница между ценой предприятия и справедливой стоимостью его активов
Деловая репутация ассоциируется с идентичностью компании и имиджем компании	C. Fombrun, M. Shanley [8]	Результат накопления информации акционерами компании, в результате действия различных сигналов
	K. Weigelt, C. Camerer [15]	Знание, включающее значимые характеристики фирмы и оценку фирмы ее акционерами
	Martin de Castro G. [11]	Совокупность трех составляющих: репутации менеджмента, финансовой репутации и репутации продукта
	A. Carmeli, A. Tishler [7]	Мнение людей об организации, результат деятельности фирмы в прошлых периодах
	Kim Harrison [9]	Совокупность 10 компонентов: профессионализма сотрудников, качества менеджмента, финансово-экономических показателей, качества продукции и услуг, лидерства на рынке, клиентской ориентации, привлекательности компании, социальной ответственности, этического поведения и надежности компании
	Desmond, Kelli [4]	Совокупность элементов бизнеса или персональных качеств, стимулирующих клиентов пользоваться услугами компании и приносящих фирме прибыль
	Ronald Chibuike Iwu-Egwuonwu [14]	Мнение общественности об организации, на основании информации о позиции компании в отрасли, удовлетворении потребностей покупателей, показателей деятельности компании в прошлых периодах

В соответствии с законодательством Российской Федерации, УК является компания, которая осуществляет деятельность по управлению паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами [1].

Для проведения исследования мы взяли выборку из 30 УК, среди которых компании:

- СОЛИД Менеджмент;
- Ингосстрах-Инвестиции;
- РН-Траст, Атон-менеджмент;
- Лидер;
- РЕГИОН Портфельные инвестиции;
- Регион ЭСМ;
- Паллада;
- Промсвязь;
- Промышленные Традиции;
- Достояние;
- МДМ;
- Метрополь;
- Открытие;
- Пенсионный Резерв;
- Алемар;
- Ермак;

¹ Источник: составлено авторами.

- ОФГ Инвест;
- РФЦ-Капитал;
- АК БАРС КАПИТАЛ;
- БФА;
- Мономах;
- Ростовская Трастовая Компания;
- ТКБ БНП Париба Инвестмент Партнерс;
- ФБ Август;
- Энергокапитал;
- Центральная Управляющая Компания;
- КапиталЪ;
- Интерфинанс;
- Альфа-Капитал.

В настоящей работе мы полагаем, что к показателям, влияющим на репутацию бизнеса УК, относятся показатели, отражающие эффективность деятельности всей компании в целом, а также показатели, отражающие эффективность ее деятельности по управлению активами (рис. 1). Таким образом, основываясь на нашем предположении, деловая репутация управляющей компании пенсионными накоплениями зависит как от финансово-экономических показателей всей деятельности компании, так и от показателей ее деятельности по управлению активами. Чем более финансово устойчиво предприятие, чем оно эффективнее работает, тем выше деловая репутация компании.

Наши предположения основываются на позициях некоторых зарубежных исследователей.

Согласно работе Kim Harrison, оценка деловой репутации обязательно основывается на финансовых показателях деятельности компании [9].

C. Forbrun и M. Shanley изучали зависимость деловой репутации компании от прибыли прошлых периодов и выявили положительную связь между показателями [8]. Свои модели репутации они построили на основе теории асимметричной информации, а именно на связи между прибылью предшествующих лет и репутацией, на связи между финансовыми результатами на настоящий момент и репутацией. Данное исследование позволило им сделать вывод, что хорошая деловая репутация позволяет компаниям устанавливать более высокие цены, чем у конкурентов, нанять высококвалифицированный персонал, привлечь инвесторов и т.д.

McGuire и другие обнаружили положительную корреляцию между прошлой выручкой и репутацией, а также между репутацией и будущей выручкой [12], а B. Brown, S. Perry, на основе базы данных Fortune, доказали прямую связь между прошлой выручкой и репутацией [6].

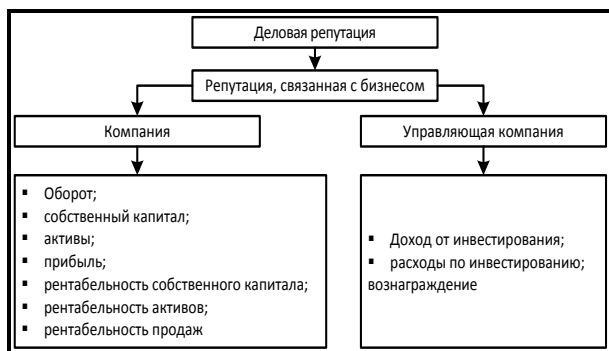


Рис. 1. Составляющие и компоненты деловой репутации УК

Использование финансовых показателей для оценки результативности и эффективности деятельности управ-

ляющих компаний достаточно распространено. УК самостоятельно выбирает ключевые финансовые показатели, на основе которых будет оцениваться эффективность ее работы. В соответствии с зарубежной практикой рекомендуется использовать следующие показатели:

- размер чистой прибыли;
- денежные потоки;
- показатели рентабельности;
- стоимость компании;
- остаточный доход и т.д.

Среди наиболее важных финансово-экономических показателей общей деятельности УК мы выделили следующие:

- сумма активов по бухгалтерскому балансу (характеризует стоимостную оценку ресурсов компании, способствует получению экономических выгод в будущем);
- размер собственного капитала (является главным измерителем рыночной стоимости организации);
- размер выручки управляющей компании (отражает количество денежных средств или иных благ, получаемых компанией за определенный период деятельности, является одним из определяющих факторов в формировании стоимости компании);
- размер чистой прибыли УК (формируется как чистый результат хозяйственной деятельности компании, является главным источником роста собственного капитала);
- показатели рентабельности деятельности (отражают эффективность деятельности компании и характеризуют уровень прибыли, полученную на каждый рубль капитала, активов, доходов и т.д.);
- рентабельность продаж (позволяет оценить доходность деятельности);
- рентабельность совокупных активов (является одним из наиболее важных индикаторов конкурентоспособности предприятия);
- рентабельность собственного капитала (является индикатором прибыльности компании и, соответственно, ее инвестиционной привлекательности).

Кроме того, к стандартным показателям оценки финансового состояния предприятия мы добавили те показатели, которые характерны для управляющей компании. Среди финансово-экономических показателей, отражающих эффективность деятельности управляющей компании, можно выделить следующие:

- доход от инвестирования;
- расходы по инвестированию;
- вознаграждение.

Данные показатели являются наиболее важными индикаторами прибыльности управляющей деятельности УК, они позволяют определить позицию компании в соответствующей отрасли. B. Brown и S. Perry в свое время отмечали, что показатели, характеризующие деятельность компании в ее отрасли, являются неотъемлемой частью деловой репутации и позволяют определить место компании среди ее конкурентов [6].

УК должны стремиться снижать расходы по инвестированию и повышать доходы от инвестирования, а соответственно, и вознаграждение. Максимальная величина необходимых расходов по инвестированию средств пенсионных накоплений и размер вознаграждения устанавливаются договором доверительного управления средствами пенсионных накоплений, заключенным Пенсионным фондом РФ с УК.

Для подтверждения нашей позиции нами было проведено следующее исследование:

- сначала мы определили количественные показатели, соответствующие каждому из подблоков на рис. 1. Для определения количественных показателей мы использо-

Таблица 2

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ

Переменная	Кэф-фициент	Станд. ошибка	t-статистика	Уровень значимости
Оборот	8,762848	12,16480	0,720344	0,4796
Собственный капитал	7,305151	8,197747	0,891117	0,3835
Активы	-0,041542	0,055876	-0,743466	0,4658
Прибыль	-150,8105	189,2840	-0,796742	0,4350
Рентабельность собственного капитала	4740705	2562788	1,849824	0,0792
Рентабельность активов	5966143	3091547	-1,929824	0,0679
Рентабельность продаж	67911,23	37274,61	1,821916	0,0835
Расходы по инвестированию	-18,37851	4,718423	-3,895054	0,0009
Вознаграждение	20,22336	3,170050	6,379509	0,0000
С	-4468451	8053938	-0,554816	0,5852
R -квадрат = 0,735602				
F -статистика = 6,182620 при уровне значимости 0,000350				
Статистика Дарбина-Уотсона = 2,464307				

$R^2 = 73,6\%$, следовательно, теснота связи между переменными достаточно высокая. Статистически значимыми переменными являются показатели:

- вознаграждение;
- расходы по инвестированию;
- рентабельность активов;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продаж.

С вероятностью 99% можно утверждать о существовании статистически значимой зависимости дохода от инвестирования от данных показателей, притом доход от инвестирования имеет положительную корреляцию с вознаграждением, рентабельностью собственного капитала и рентабельностью продаж (т.е. при увеличении значения независимых переменных, зависимая переменная также будет расти) и отрицательную корреляцию с рентабельностью активов и расходами по инвестированию (т.е. при увеличении значения независимых переменных, зависимая переменная будет уменьшаться).

На самом деле, вознаграждение УК определяется в виде процента от ее дохода от инвестирования, следовательно, чем больший доход получит УК, тем больше будет вознаграждение. Таким же образом можно объяснить направление зависимости дохода от рентабельности собственного капитала, рентабельности активов и рентабельности продаж: увеличение рентабельности капитала, рентабельности активов и рентабельности продаж свидетельствует об увеличении прибыли на 1 руб. капитала, активов и выручки соответственно, а увеличение прибыли зачастую связано с ростом дохода.

В то же время между доходом от инвестирования и расходами по инвестированию существует отрицательная связь. Следовательно, если у УК растут расходы по инвестированию, то ее доходы будут уменьшаться, так как дополнительно полученный доход пойдет на покрытие непредвиденных расходов.

2. Рассмотрена зависимость вознаграждения УК от переменных блока «Репутация, связанная с бизнесом» (табл. 3).

вали внутреннюю отчетность компании и информацию, доступную в сети Интернет;

- для выявления значимости и приоритетности показателей деловой репутации УК, связанной с ее бизнесом мы использовали эконометрическое моделирование – построение множественной регрессии.

Метод регрессии основан на линейной зависимости между случайными величинами и позволяет определить зависимость одного показателя от различных факторов. Линейной регрессионной моделью можно назвать уравнение вида:

$$\eta = a + b\xi + \varepsilon,$$

где

η и ξ – случайные величины;

a и b – некоторые числа (коэффициенты регрессии);

ε – случайная погрешность.

При построении регрессионной модели коэффициенты a и b необходимо подобрать так, чтобы влияние случайной величины ε на случайную величину η было наименьшим. Для этого коэффициенты a и b подбираются методом наименьших квадратов. Тесноту связи изучаемых показателей характеризует коэффициент детерминации R^2 , который всегда принимает значения от нуля до единицы, причем чем ближе коэффициент детерминации к единице, тем выше качество регрессионной модели.

За последнее время было написано много работ, посвященных вопросу оценки деловой репутации компании с помощью метода множественной регрессии. В некоторых из них деловая репутация рассматривается как самостоятельное явление, которое состоит из различных компонентов, следовательно, является независимой переменной. В других же деловая репутация коррелирует с различными факторами и является зависимой переменной.

Отметим, что, так как акции УК не котируются на бирже, следовательно, невозможно оценить деловую репутацию управляющей компании через капитализацию компании и стоимость ее активов. В связи с этим при построении модели регрессии мы выразили деловую репутацию через косвенные показатели:

- доход от инвестирования УК;
- вознаграждение и рентабельность активов.

Данные показатели позволяют непосредственно оценить эффективность деятельности УК, а следовательно, от них зависит деловая репутация УК.

В качестве анализируемого периода мы использовали период с 1 января 2011 г. по 31 декабря 2011 г. Все расчеты выполнялись с помощью программного продукта EViews.

Нами были выполнены следующие ниже перечисленные шаги.

1. Рассмотрена зависимость дохода от инвестирования от переменных блока «Репутация, связанная с бизнесом» (табл. 2).

В результате было получено следующее уравнение регрессии:

$$Y = 8,762848 * \text{Оборот} + 7,305151 * \text{Соб. капитал} - 0,041542 * \text{Активы} - 150,8105 * \text{Прибыль} + 4\,740\,705 * \text{Рентабельность соб. капитала} + 5\,966\,143 * \text{Рентабельность активов} + 67\,911,23 * \text{Рентабельность продаж} - 18,37851 * \text{Расходы по инвестированию} + 20,22336 * \text{Вознаграждение} - 4\,468\,451.$$

Таблица 3

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ

Переменная	Коеф-фициент	Станд. ошибка	t-статистика	Уровень значимости
Оборот	-0,199699	0,496897	-0,401892	0,6920
Собственный капитал	-0,246125	0,333946	-0,737020	0,4697
Активы	0,001454	0,002270	0,640427	0,5292
Прибыль	4,957013	7,705444	0,643313	0,5273
Рентабельность собственного капитала	-131758,3	108359,6	-1,215936	0,2382
Рентабельность активов	161713,8	131450,8	1,230223	0,2329
Рентабельность продаж	-1733,537	1582,910	-1,095158	0,2865
Доход от инвестирования	0,033155	0,005197	6,379509	0,0000
Расходы по инвестированию	-0,968497	0,131482	7,365983	0,0000
С	108091,1	327712,6	0,329835	0,7450
R -квадрат = 0,864594				
F -статистика = 14,18937 при уровне значимости 0,000001				
Статистика Дарбина-Уотсона = 1,731582				

В результате было получено следующее уравнение регрессии:

$$Y = -0,199699 * \text{Оборот} - 0,246125 * \text{Соб. капитал} + 0,001454 * \text{Активы} + 4,957013 * \text{Прибыль} - 131758,3 * \text{Рентабельность соб. капитала} + 161713,8 * \text{Рентабельность активов} - 1733,537 * \text{Рентабельность продаж} + 0,033155 * \text{Доход от инвестирования} - 0,968497 * \text{Расходы по инвестированию} + 108091,1.$$

Согласно результатам, с вероятностью 99% можно утверждать о наличии статистически значимой зависимости вознаграждения от переменных: доход от инвестирования и расход по инвестированию. Кроме того, можно отметить наличие положительной связи между вознаграждением и доходом от инвестирования (на самом деле, вознаграждение является постоянной величиной и рассчитывается в виде процента от общей суммы дохода от инвестирования). Связь между расходом по инвестированию и вознаграждением отрицательная. Это связано с тем, что при увеличении расходов по инвестированию, УК вынуждена покрывать их за счет собственных доходов от инвестирования, а следовательно, будет получена меньшая сумма вознаграждения. $R^2 = 86\%$, следовательно, теснота связи между переменными высокая.

Рассмотрена зависимость рентабельности активов управляющей компании от переменных блока «Репутация, связанная с бизнесом» (табл. 4).

В результате было получено следующее уравнение регрессии:

$$Y = 5,43 * 10^{-7} * \text{Оборот} + 1,05 * 10^{-6} * \text{Соб. капитал} - 6,32 * 10^{-9} * \text{Активы} + 2,30 * 10^{-5} * \text{Прибыль} + 0,803520 * \text{Рентабельность соб. капитала} + 0,008515 * \text{Рентабельность продаж} + 2,63 * 10^{-8} * \text{Доход от инвестирования} - 5,66 * 10^{-7} * \text{Расходы по инвестированию} + 4,35 * 10^{-7} * \text{Вознаграждение} - 0,470963.$$

Таблица 4

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ

Переменная	Коеф-фициент	Станд. ошибка	t-статистика	Уровень значимости
Оборот	5,43E-07	8,09E-07	0,671304	0,5097
Собственный капитал	1,05E-06	5,03E-07	2,095292	0,0491
Активы	-6,32E-09	3,49E-09	-1,812850	0,0849
Прибыль	2,30E-05	1,17E-05	-1,965240	0,0634
Рентабельность соб. капитала	0,803520	0,040486	19,84703	0,0000
Рентабельность продаж	0,008515	0,001876	4,539256	0,0002
Доход от инвестирования	2,63E-08	1,36E-08	-1,929824	0,0679
Расходы по инвестированию	-5,66E-07	3,96E-07	-1,429312	0,0983
Вознаграждение	4,35E-07	3,54E-07	1,230223	0,2329
С	-0,470963	0,528567	-0,891019	0,3835
R -квадрат = 0,984938				
F -статистика = 145,3164 при уровне значимости 0,000000				
Статистика Дарбина-Уотсона = 1,777774				

Можно отметить, что статистически значимыми переменными являются:

- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продаж;
- размер собственного капитала;
- прибыль, доход от инвестирования;
- активы и расходы по инвестированию.

Связь между переменными является статистически значимой с вероятностью 99%. $R^2 = 88\%$, следовательно, теснота связи между переменными весьма высокая.

Согласно результатам, существует положительная связь между рентабельностью активов и собственным капиталом. Данный факт можно объяснить тем, что в основном рост собственного капитала связан с увеличением суммы нераспределенной прибыли. Это означает, что произошел рост чистой прибыли, при котором соответственно увеличивается и рентабельность активов.

Таким же образом можно объяснить наличие положительной связи между рентабельностью активов и рентабельностью продаж, рентабельностью собственного капитала, прибылью и доходом от инвестирования (то есть рост данных показателей свидетельствует об увеличении чистой прибыли).

Однако между рентабельностью активов и активами существует отрицательная взаимосвязь, т.е. чем больше количество активов, тем меньше прибыли приходится на 1 руб. активов, а значит, тем меньше рентабельность активов. Отрицательная взаимосвязь существует и между рентабельностью активов и расходами по инвестированию. Расходы по инвестированию снижают размер общей прибыли УК, за счет чего рентабельность активов падает.

В табл. 5 представлены основные результаты зависимости деловой репутации УК от исследуемых нами показателей и направлении связи между ними.

На основе полученных нами результатов мы построили рейтинг рассматриваемых нами УК.

Главная цель официальных рейтингов – предоставление информации инвесторам, которые на ее основании строят свою инвестиционную политику: ограничивают свои инвестиции в компании с рейтингом ниже определенного уровня, предпочитая иметь дело с теми, чей

рейтинг выше. По своему содержанию рейтинг – характеристика вероятности того, что инвестору своевременно и полностью будут уплачены проценты и возвращена сумма вложенных средств, т.е. характеристика риска [5].

Таблица 5

НАПРАВЛЕНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Наименование показателя	Доход от инвестирования	Вознаграждение	Рентабельность активов
Оборот	Не значим	Не значим	Не значим
Собственный капитал	Не значим	Не значим	↑
Активы	Не значим	Не значим	↓
Прибыль	Не значим	Не значим	↑
Рентабельность соб. капитала	↑	Не значим	↑
Рентабельность активов	↑	Не значим	X
Рентабельность продаж	↑	Не значим	↑
Доход от инвестирования	X	↑	↑
Расходы по инвестированию	↓	↓	↓
Вознаграждение	↑	X	Не значим

Результаты нашего рейтинга УК, исходя из оценки деловой репутации, связанной с бизнесом, были рассчитаны по формуле:

$$Y = 5,43 * 10^7 * \text{Оборот} + 1,05 * 10^6 * \text{Соб.капитал} - 6,32 * 10^9 * \text{Активы} + 2,30 * 10^5 * \text{Прибыль} + 0,803520 * \text{Рентабельность соб.капитала} + 0,008515 * \text{Рентабельность продаж} + 2,63 * 10^8 * \text{Доход от инвестирования} - 5,66 * 10^7 * \text{Расходы по инвестированию} + 4,35 * 10^7 * \text{Вознаграждение} - 0,470963.$$

В качестве зависимой переменной мы рассматривали рентабельность активов.

Первые десять компаний рейтинга представлены в табл. 6.

Таблица 6

РЕЙТИНГ УК ПО ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ, СВЯЗАННОЙ С БИЗНЕСОМ

№	Показатель
1	Регион Портфельные инвестиции
2	ТКБ БНП Париба Инвестмент Партнерс
3	КапиталЪ
4	Альфа-Капитал
5	Лидер
6	Пенсионный Резерв
7	Солид Менеджмент
8	Регион ЭСМ
9	МДМ
10	АК Барс Капитал

ВЫВОДЫ

Таким образом, в результате проведенного нами исследования мы обнаружили зависимость между финансово-экономическими показателями деятельности УК и ее деловой репутацией. При этом следующие показатели являются статистически значимыми переменными:

- активы;
- собственный капитал;
- прибыль;
- доход от инвестирования;
- вознаграждение;

- расходы по инвестированию;
- рентабельность активов;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продаж.

Более того, увеличение размера собственного капитала, прибыли, доходов от инвестирования, вознаграждения, рентабельности активов, рентабельности собственного капитала, рентабельности продаж приводит к повышению деловой репутации, а увеличение активов и расходов по инвестированию – к ее снижению. Т.е., чем более финансово устойчиво предприятие, тем его деловая репутация выше.

Литература

1. Об инвестиционных фондах [Электронный ресурс] : федер. закон от 29 нояб. 2001 г. №156-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории РФ [Электронный ресурс] : положение Правительства РФ от 25 февр. 2011 г. №107 (с изм. от 27 янв. 2012 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Учет нематериальных активов [Электронный ресурс] : положение по бухгалтерскому учету ПБУ 14/2007 (в ред. приказов М-ва финансов РФ от 25 окт. 2010 г. №132н ; от 24 дек. 2010 г. №186н. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Десмонд Г. Руководство по оценке бизнеса [Текст] / Г. Десмонд, Р. Келли. – М. : Российское об-во оценщиков, 1996.
5. Протасов В.Ф. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг [Текст] / В.Ф. Протасов. – М. : Финансы и статистика, 2003.
6. Brown B., Perry S. Removing the financial performance halo from fortune's «most admired» companies // The academy of management J. 1994. Vol. 37.
7. Carmeli A., Tishler A. The relationships between intangible organizational elements and organizational performance // Strategic management J. 2004. Vol. 25.
8. Forbrun C., Shanley M. What's in a name? Reputation building and corporate strategy // The academy of management J. 1990. Vol. 33.
9. Harrison K. Why a good corporate reputation is important to your organization // Cutting edge PR. 2009. July.
10. Leake P.D. Commercial goodwill. Its history, value, and treatment in accounts. Sir Issac Pitman & Sons, Ltd, 1921.
11. Martin de Castro G., Navas L.J.E., Saez P.L. Business and social reputation: exploring the concept and main dimensions of corporate reputation // Journal of business ethics. 2009. July.
12. McGuire J.B., Schneeweis T., Branch B. Perceptions of firm quality: a cause or result of firm performance // Journal of management. 1990. Vol. 16.
13. Miller F.P., Vandome A.F., McBrewster J. Goodwill (accounting). Alphascript Publishing, VDM Publishing House Ltd. 2010.
14. Ronald Chibuike Iwu-Egwuonwu. Corporate reputation & firm performance: empirical literature evidence // International journal of business and management. 2011. April. №4.
15. Weigelt K., Caremer C. Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications // Strategic management J. 1990. Vol. 33.

Федорова Елена Анатольевна

Андреева Оксана Андреевна

Ключевые слова

Деловая репутация; управляющая компания; стоимость компании; имидж компании; идентичность компании; репутация

ция бизнеса; множественная регрессия; доход от инвестирования; вознаграждение; рентабельность активов.

РЕЦЕНЗИЯ

Содержание статьи соответствует актуальным проблемам, связанным с определением сущности деловой репутации, ее основных составляющих и ее влияния на стоимость компании.

В работе авторы классифицируют подходы к определению сущности деловой репутации компании и в дальнейшем рассматривают репутацию бизнеса компании в качестве основной составляющей деловой репутации.

Объектом исследования настоящей работы являются управляющие компании (УК), на их примере авторы представляют возможные переменные, которые могут учитываться при оценке репутации бизнеса УК.

Сильной стороной исследования является применение метода множественной регрессии для подтверждения значимости репутации бизнеса УК и для оценки влияния ее факторов на общую деловую репутацию компании. Кроме того, используя выборку из 30 управляющих компаний, в работе был построен рейтинг управляющих компаний по репутации их бизнеса. Работа базируется на современных данных за 2011 г. Расчеты выполнялись в программном продукте EViews.

Статья «Деловая репутация бизнеса управляющей компании» Федоровой Е.А. и Андреевой О.А. является актуальным, самостоятельным исследованием и рекомендуется для публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Лукаевич И.Я., д.э.н., профессор кафедры финансового менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ