



Мировая репутация

Эксперты оценили имидж 200 крупнейших компаний в мире

Европейские компании более трепетно относятся к своей репутации, чем американские или азиатские. Такой вывод содержится в опубликованном впервые исследовательской компанией Reputation Institute рейтинге 200 компаний с лучшей репутацией. Среди них оказались и российские — Магнитогорский металлургический комбинат, ТНК-ВР, ЛУКОЙЛ и «Северсталь».

В ходе исследования было проведено более 30 тыс. онлайн-интервью с жителями 25 стран. Оценивались в общей сложности 600 крупнейших компаний по выручке в 2004—2005 годах. Потребители присуждали очки в четырех базовых категориях: оценка, доверие, восхищение и хорошие эмоции по отношению к компании. Компании оценивались жителями только той страны, где находится ее центральный офис. В итоговый рейтинг вошли 200 компаний, набравшие более 64 баллов (средний мировой показатель) по 100-бальной шкале.

«Посмотрите на такие компании, как Enron в США или Parmalat в Италии: они погрязли в скандалах, — сказал РБК daily автор новой книги о корпоративной психологии The Bullshit Factor Джеймс Беллини. — По их репутации нанесен серьезный удар. В начале XX века компании были вольны делать все что угодно: не было системы регуляторов, мало законов, власть акционеров слабая. А сегодня покупатели определяют успех компании, и репутация во многом зависит от корпоративного поведения».

Если судить по географическому представительству, то европейские компании склонны заботиться о своей репутации больше других: почти половина компаний (97), оцененных в рейтинге, приходится на Европу. Далее следуют компании Северной Америки (42), Азии (34) и Южной Америки (17). «Доминирование в списке европейских компаний может быть вызвано тем, что они уделяют больше внимания поддержанию корпоративной репутации», — пояснил РБК daily старший консультант Reputation Institute Сергей Мендоса. По его словам, европейцы также склонны гордиться своими компаниями в большей степени, чем американцы или азиаты.

В целом компании разделили на три группы. В число лучших 15 компаний в мире вошли компании, чья репутация была оценена выше 80 баллов и может считаться превосходной. Первое место занял итальянский производитель пасты Barilla Holding. Отличную репутацию также имеют LEGO, Lufthansa, IKEA, Michelin, Toyota, итальянская кондитерская компания Ferrero S.p.A и Samsung Electronics. Компания с лучшей репутацией из США, Kraft Foods, заняла в общем зачете лишь 10-е место, а Johnson & Johnson — 13-е. Замыкают top-15 голландский производитель электроники и бытовой техники Philips и крупнейший швейцарский ритейлер Migros Cooperatives.

«Большинство компаний с превосходной репутацией производят товары или предоставляют услуги, которые потребители используют ежедневно. Это еда, игрушки, мебель, бытовая

электроника, автомобили и авиаперелеты, — рассказал г-н Мендоса. — Поэтому они заметны в жизни потребителей, которым легко определить, если качество этих товаров окажется низким или если их плохо обслуживают». По мнению Джеймса Беллини, в ближайшие 20—25 лет репутация будет зависеть от качеств лидеров компании и от ее устойчивости. «Сегодня в репутацию уже не нужно вкладывать деньги. В нее надо инвестировать честность и добросовестность», — уверен он.

Вторую группу составляют 125 компаний с хорошей репутацией, которым доверяют потребители, оценившие их выше 70 баллов. Сюда, например, входят немецкий автопроизводитель BMW, американские PepsiCo Inc, Procter & Gamble, General Electric и Microsoft, японские Canon и Sharp и французский авиастроитель Airbus. В третью группу Reputation Institute поместил 61 компанию, чья репутация превысила среднемировой показатель — 64 балла. Потребители испытывают к ним «довольно позитивный уровень» доверия. К таким компаниям причислены американские PricewaterhouseCoopers, US Postal Service и Lockheed Martin, британские Unilever и GlaxoSmithKline, итальянская медиагруппа Mediaset и Государственный банк Индии.

В рейтинг также попали четыре российские компании. Среди них наилучшей репутацией обладает, как оказалось, Магнитогорский металлургический комбинат, занявший 87-е место и отнесенный авторами доклада ко второй группе. Еще три российские компании оказались в группе с репутацией выше среднего мирового уровня. Это ТНК-ВР, ЛУКОЙЛ и «Северсталь». Причиной того, что Россия представлена в рейтинге только компаниями металлургического и энергетического секторов, Сергей Мендоса называет тот факт, что российская экономика сильно зависит от ресурсоемких отраслей. «Однако о развитии сферы услуг в России свидетельствует тот факт, что исследовались также транспортные, банковские и телекоммуникационные компании», — подчеркнул г-н Мендоса.

В ЛУКОЙЛе факт признания высокой репутации компании оценили как «безусловно позитивный» и подчеркнули, что высокая оценка подтверждает, что ведущие российские компании соответствуют всем международным стандартам ведения бизнеса». «Безупречная деловая репутация нашей компании подтверждается тем, что она ведет свою деятельность более чем в 30 странах мира, а ее акции котируются на Лондонской фондовой бирже, где занимают одно из ведущих мест по объему торгов среди ценных бумаг зарубежных эмитентов», — отметил РБК daily руководитель пресс-службы ЛУКОЙЛа Дмитрий Долгов.

«Российские компании все еще считаются очень новыми. Они молодые с точки зрения международного бизнеса и экономики. Приобретение репутации занимает очень много времени, — объясняет Джеймс Беллини. — Спросите любого в лондонском пабе, что он знает о компаниях из России. Скорее всего вам ответят, что знают только Абрамовича, потому что он купил футбольный клуб Chelsea. Это не плохо и не хорошо, просто мало».

АНДРЕЙ КОТОВ,

РОМАН КИРИЛЛОВ

29.11.2006

Все замечания и пожелания присылайте на webmaster@rbc.ru.
Все права защищены и охраняются законом. © 1995 - 2006 РосБизнесКонсалтинг.
Порядок и Условия использования данных © [Dow Jones & Company](#).
Информация об ограничениях © Reuters, © AP, © АК&М, © СКРИН, © Прайм-Тасс, © ИТАР-ТАСС.
телефон редакции: (495) 363-11-11
факс: (495) 363-11-27 e-mail: daily@rbc.ru
Подробнее о [соблюдении авторских прав](#) и [размещении рекламы](#).

