

Reputation Institute: российским компаниям нужно быть более ответственными перед обществом

Москва, Россия, 24 сентября 2019 года: Reputation Institute объявляет результаты ежегодного исследования корпоративной репутации в России по методологии RepTrak®.

По мнению жителей России, в 2019 году репутация российских компаний выросла на 1,1 пункт по сравнению с 2018 годом, что соответствует общемировому тренду. Лучшей репутацией среди российских компаний в 2019 году обладают Домодедово, Яндекс и Шереметьево. Напомним, что среди международных компаний лучшими по репутации в 2019 году стали Toyota, Rolex и Bosch¹. Последние места в рейтинге заняли Ростелеком, Тинькофф Банк и Роснано.

Олег Каширских, профессор, департамент интегрированных коммуникаций ВШЭ отметил: «Результаты последних опросов демонстрируют неверие большинства россиян в «честный бизнес в России». Это ясный запрос к бизнесу на расширение практик корпоративного гражданства и сигнал к наращиванию репутационного капитала! Результаты такой корпоративной политики потребуют времени и, поэтому, начинать действовать нужно уже сегодня».

Лучшую динамику по репутации в 2019 году продемонстрировали компании Роснефть, Mail.ru, Альфа-Банк, Металлоинвест и АЛРОСА, худшую – ММК, РОСТЕХ, ФосАгро, Лаборатория Касперского и Транснефть.

«Продукты и услуги, корпоративное управление и социальная ответственность оказали наибольшее влияние на корпоративную репутацию в 2019 году», сказал Nicolas Georges Trad, COO и со-основатель Reputation Institute. «Хотя восприятие российских компаний улучшилось на фоне общемирового роста репутации, тем не менее для завоевания настоящего доверия российским предприятиям нужно быть более ответственными по отношению к обществу в целом. Если они это сделают, то результат будет впечатляющим».

Основные моменты Russia RepTrak® 2019

- Россияне по-прежнему доверяют международным компаниям существенно больше, чем российским. Такое явление нехарактерно для других стран, где «домашние» компании, как правило, обладают более высокой репутацией.
- Российское восприятие секторов «Высокие технологии», «Финансы», «Телекоммуникации» и «Энергетика» соответствует общемировому, а вот позитивное отношение к секторам «Металлургия» и «Нефть и газ» является российской особенностью.
- Репутация обладает кумулятивным и инерционным эффектами, а значит компании, стабильно занимающие высокие места в рамках своих секторов, не только обладают конкурентными преимуществами, но и более устойчивы к возможным кризисам. К их числу относятся: Газпром, Лента, ЛУКОЙЛ, М.Видео, Сбербанк, Северсталь, Tele2 Россия и Яндекс.

¹ Результаты были объявлены 16 мая 2019 года на сайте www.forbes.ru.

Репутация отдельных компаний

Репутация двух лидеров рейтинга – Домодедово и Шереметьево – значительно опережает их рациональное восприятие. Это свидетельствует о возможном «halo эффекте», как источнике репутационных рисков для этих компаний. Полная картина станет понятна при дальнейших репутационных исследованиях, которые позволят установить, является ли позитивное отношение к аэропортам в России разовым событием или закономерностью.

Александра Моисеенко, руководитель направления коммуникационного консалтинга, Московский аэропорт Домодедово отметила: «Исследование репутации и последующая работа с результатами позволяют укреплять взаимодействие со всеми аудиториями бизнеса. Каковы наши отличительные черты, возможности для роста и развития, какими мы хотим быть, чего хотят заинтересованные стороны, как они нас воспринимают — ответы на эти вопросы необходимы для управления репутацией, анализа бизнес-процессов и формирования бизнес-стратегий».

Аэрофлот обладает качественной информационной политикой² и хорошим балансом с точки зрения различных репутационных факторов. Как результат, катастрофа SSJ 100 в мае 2019 года не оказала существенного влияния на репутацию компании.

Металлоинвест – лидер по репутации в сфере устойчивого развития среди секторов, оказывающих заметное воздействие на окружающую среду: «Металлургия», «Нефть и газ» и «Химия». Компания не первый год уделяет большое внимание проектам в области корпоративной социальной ответственности, что положительно сказалось на восприятии в первую очередь в регионах присутствия.

Газпром характеризуется наиболее последовательным и полным освещением своей деятельности с точки зрения российской общественности. Однако, в Нидерландах – месте дислокации Gazprom International – отношение к компании существенно хуже.

НОВАТЭК демонстрирует улучшение репутации в свете досрочного запуска второй линии завода «Ямал СПГ» и стратегического партнерства с Total – одним из мировых лидеров по репутации в нефтегазовом сегменте.

У компании Транснефть произошло снижение репутации по сравнению с 2018 годом на фоне скандала с качеством нефти. История вышла на межгосударственный уровень и получила соответствующую оценку от первого лица страны: «...ущерб и экономический, и материальный, да и имиджевый очень серьезный³».

Россети – невысокая узнаваемость и снижение репутации по фактору «Инновационность», несмотря на большой проект по цифровой трансформации. Переход компании на единую бренд-архитектуру, осуществленный в 2019 году, направлен на формирование единого образа, повышение узнаваемости и поддержание позитивного имиджа.

Теле2 Россия – безоговорочный лидер по репутации в телекоммуникационном секторе с 2017 года. Ростелеком, как основной акционер, принял верное решение о сохранении самостоятельности Теле2 Россия. Разрыв в восприятии этих двух компаний в 2019 году составил максимальное значение за последние три года.

² Подробнее на сайте www.rep-in.ru.

³ Источник: Интерфакс, 30 апреля 2019 года.

Кирилл Алявдин, директор по корпоративным коммуникациям Tele2 Россия прокомментировал: «Основой репутации, безусловно, является доверие. Доверие клиентов, партнеров, акционеров и широкой общественности к компании в целом, к её действиям, ее продуктам, услугам и сотрудникам. Именно поэтому деятельность всех подразделений Tele2, начиная от разработки любого продукта и заканчивая работой консультантов в салоне связи, направлена на формирование таких доверительных отношений. В результате многие годы мы являемся безусловным лидером по показателю NPS (Net Promotion Score) на российском телеком-рынке. И мы видим прямое влияние высокого уровня репутации на финансовые и операционные результаты Tele2 – уже более двух с половиной лет компания растет быстрее конкурентов по ключевым показателям на стагнирующем и высококонкурентном рынке».

Сближение восприятия Вымпелком, МегаФон и МТС с точки зрения качества услуг и соотношения цена/качество продолжается. Также отмечается общее ухудшение репутации телекоммуникационного сегмента относительно других отраслей, в первую очередь по причине его коммодитизации в B2C сегменте.

Сбербанк – один из мировых лидеров по силе бренда по данным Brand Finance. Государственный гигант улучшил репутацию по сравнению с 2018 годом и на равных конкурирует с международными финансовыми организациями. Впрочем, рекордный результат, достигнутый Сбербанком в 2009 году, так и не был достигнут.

У платежной системы МИР уже хорошая узнаваемость в России, однако компания по-прежнему отстает по репутации от своих прямых конкурентов – Visa и Mastercard. Основные проблемы компании связаны с восприятием ее инновационности и отношением к ней молодого поколения.

Магнит, X5 и ДИКСИ обладают худшей репутацией как работодатели. Обновление управленческих команд и корпоративных стратегий пока не повлияло на стейкхолдеров. По данным Reputation Institute, 50% специалистов в мире сегодня утверждают, что не станут работать в компаниях с плохой репутацией.

Яндекс – лидер с точки зрения готовности general public поддерживать компанию. Одна из причин отставания Яндекса от Google по репутации в России – большое количество сомневающихся в том, что компания прозрачно осуществляет свою деятельность и соответствует высоким этическим стандартам.

Компания Роснано заняла последнее место в рейтинге, в том числе из-за негативного отношения к ее лидеру и скептическому отношению у общества к инновационности продуктов и услуг компании. Согласно Reputation Institute репутация CEO в среднем формирует 14% корпоративной репутации и в основном зависит от нефинансовых критериев, таких как этичность и забота о социальных проблемах.

Для дополнительной информации, пожалуйста, обращайтесь:
Александр Пролетарский
Тел. +7 499 500 97 44
rep@rep-in.ru

ПРИЛОЖЕНИЯ

Лидеры репутации по секторам⁴

№	Сектор	Russia RepTrak® Pulse 2019	Russia RepTrak® Pulse 2018	Russia RepTrak® Pulse 2017
1	Транспорт	Домодедово Шереметьево РЖД	-	-
2	Металлургия	Металлоинвест Северсталь Норильский Никель	ММК УГМК Северсталь	НЛМК Норильский Никель Северсталь
3	Высокие технологии	Яндекс Mail.ru Лаборатория Касперского	Яндекс Лаборатория Касперского Ланит	Яндекс Mail.ru
4	Нефть и газ	Газпром ЛУКОЙЛ Роснефть	ЛУКОЙЛ Газпром Сургутнефтегаз	Газпром ЛУКОЙЛ НОВАТЭК
5	Химия	Еврохим СИБУР ФосАгро	-	-
6	Розница	М.Видео Лента О'Кей	О'Кей М.Видео Лента	М.Видео Лента Магнит
7	Финансы	Сбербанк Газпромбанк Альфа-Банк	Сбербанк Газпромбанк ВТБ	Сбербанк ВТБ Открытие
8	Телекоммуникации	Tele2 Россия ВымпелКом МТС	Tele2 Россия МегаФон ВымпелКом	Tele2 Россия МегаФон МТС
9	Энергетика	Росатом Русгидро Россети	Росатом Россети Т Плюс	-

Репутация российских компаний 2019

№	Компания	+/- ⁵	№	Компания	+/-
1	Домодедово	-	26	СИБУР	
2	Яндекс		27	Альфа-Банк	
3	Шереметьево	-	28	ФосАгро	
4	Mail.ru		29	ВТБ	
5	Аэрофлот		30	АФК «Система»	
6	Сбербанк		31	МИР (платежная система)	-
7	Металлоинвест		32	НОВАТЭК	
8	Росатом		33	ММК	
9	М.Видео		34	ВымпелКом	

⁴ Рассчитывается только для секторов, в которых 3 и более компании.

⁵ Изменение относительно 2018 года.

10	Северсталь	↑	35	Транснефть	↓
11	Лаборатория Касперского	↓	36	МТС	↑
12	Газпром	↑	37	Магнит	↓
13	Лента	↑	38	МегаФон	↓
14	Tele2 Россия	↑	39	X5 Retail Group	↑
15	Норильский никель	↑	40	РусГидро	↑
16	РЖД	↑	41	Россети	↓
17	ЛУКОЙЛ	↓	42	РУСАЛ	↓
18	НЛМК	↑	43	ФСК ЕЭС	-
19	Евраз	↑	44	Т Плюс	↑
20	Роснефть	↑	45	Совкомбанк	-
21	О'Кей	↓	46	РОСТЕХ	↓
22	Газпромбанк	↑	47	ДИКСИ	↑
23	АЛРОСА	↑	48	Ростелеком	↓
24	Полюс	-	49	Тинькофф Банк	-
25	ЕвроХим	↑	50	Роснано	-

Справочная информация

Reputation Institute – мировой лидер в области управления репутацией, который более 20 лет помогает компаниям завоевывать доверие стейкхолдеров, основываясь на данных из самой большой базы знаний по репутации в мире. Reputation Institute ежегодно анализирует репутацию 7 000 компаний в 50 странах с помощью RepTrak®. Для дополнительной информации www.reputationinstitute.com и www.rep-in.ru.

RepTrak® – запатентованная система анализа корпоративной репутации и репутации первых лиц среди клиентов, сотрудников, партнеров, экспертов и других стейкхолдеров. RepTrak® позволяет минимизировать репутационные риски и улучшить репутацию для роста продаж, снижения затрат, повышения лояльности и капитализации. Значение репутации по шкале RepTrak® может варьироваться в диапазоне от 0 до 100, где результат выше 80 – отличная репутация, 70-79 – сильная, 60-69 – средняя, 40-59 – слабая, менее 40 – плохая. В ходе исследования, проведенного во 2-ом квартале 2019 года, были опрошены более 2 500 человек, осведомленных о деятельности 50 наиболее крупных и известных российских компаний.