

# РАСКРЫТИЕ СУЩНОСТИ И СТРУКТУРЫ СОЦИАЛЬНО- РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА

Коробейникова Л.С., доц., к.э.н.

Воронеж-2020

---

# КОНЦЕПЦИЯ ШЕСТИ ВИДОВ КАПИТАЛА



# ГК РОСАТОМ: ОЦЕНКА ШЕСТИ ВИДОВ КАПИТАЛА

Табл. Результаты создания стоимости (изменения капиталов)

Капитал	Показатель	2014	2015	2015/2014
<b>Финансовый</b> 	Скорректированный свободный денежный поток, млрд рублей	202,1	245,4	<b>+21,4%</b>
	Чистые активы по МСФО, млрд рублей	1722,2	2 029,4	<b>+17,8%</b>
<b>Производственный</b> 	Количество энергоблоков в эксплуатации, ед.	33	35 <sup>1</sup>	<b>+6,1%</b>
	Коэффициент использования установленной мощности российских АЭС, %	81,6	86,0	<b>↑</b>
<b>Интеллектуальный</b> 	Нематериальные активы по МСФО, млрд рублей	48,0	55,9	<b>+16,5%</b>
	Доля инновационной продукции в выручке, %	10,95	12,4	<b>↑</b>
<b>Человеческий</b> 	Среднесписочная численность персонала, тыс. чел.	258,0	256,6	<b>-0,5%</b>
	Уровень вовлеченности персонала, %	75	78	<b>↑</b>
	Доля специалистов младше 35 лет, %	32,6	32,5	<b>↓</b>
<b>Социально-репутационный</b> 	Уровень поддержки атомной энергетики в РФ, %	72	75,5	<b>↑</b>
	Число стран, в которых реализуются зарубежные проекты	40	41	<b>↑</b>
<b>Природный</b> 	Сырьевая база урана (российские активы), тыс. т	524,7	521,2	<b>-0,7%</b>
	Сырьевая база урана (зарубежные активы), тыс. т	224,1	213,1	<b>-4,9%</b>

# КОМПОНЕНТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО И СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА



# КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО И СОЦИАЛЬНО- РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА

## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

- ▣ Состав и стоимость интеллектуальной собственности
- ▣ Индикаторы организационного капитала
- ▣ Затраты на инновации
- ▣ Виды и индикаторы технологических и организационных инноваций
- ▣ Условия для возникновения инноваций
- ▣ Методы генерации инноваций

## СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ

- ▣ Факторы формирования социально-репутационного капитала (методы управления знаниями)
- ▣ Индикаторы корпоративной компоненты
- ▣ Индикаторы рыночной компоненты. Стоимость бренда
- ▣ Индикаторы финансовой компоненты
- ▣ Индикаторы социальной компоненты
- ▣ Факторы разрушения капитала

**•Влияние на рыночную капитализацию и фундаментальную стоимость**

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ

«Социально-репутационный капитал [МСИО] – это институты и отношения в рамках сообществ и между ними, а также между группами заинтересованных сторон и другими группами, и способность делиться информацией для повышения индивидуального и коллективного благосостояния. Социально-репутационный капитал включает:

- общие нормы и ценности и образцы поведения;
- отношения/связи между основными заинтересованными сторонами, а также доверие и готовность сотрудничать, которые организация развивает и стремится построить и поддерживать вместе с внешними заинтересованными сторонами;
- нематериальные активы, связанные с брендом и репутацией, созданными организацией;
- социальные лицензии на работу»

***Социально-репутационный капитал – это доверие всех групп стейкхолдеров***

**Компоненты капитала**

**Корпоративная**

- Корпоративное управление
- Персонал
- Компании группы

**Рыночная**

- Покупатели
- Поставщики
- Конкуренты

**Финансовая**

- Акционеры
- Кредиторы

**Социальная**

- Государство
- Общество

# ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ КОМПОНЕНТАМИ СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА



# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: КОРПОРАТИВНАЯ КОМПОНЕНТА

## Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении корпоративного управления

- Прозрачность контроля над бизнесом
- Прозрачность структуры корпоративного управления
- Показатели структуры контроля: совокупная доля трех крупнейших акционеров; доля акций в собственности менеджмента; доля акций в собственности членов совета директоров; доля участия государства или муниципального образования в уставном капитале, наличие специального права («золотой акции»); доля акций в собственности иностранных участников, др.
- Характеристики совета директоров: численность; доля независимых, неисполнительных и исполнительных директоров, акционеров; частота заседаний совета директоров; комитеты в составе совета директоров.
- Функции и тип совета директоров: церемониальный, операционный, стратегический, консультативный
- Вознаграждение членов высших органов корпоративного управления

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: КОРПОРАТИВНАЯ КОМПОНЕНТА

## Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении Группы компаний

- Состав Группы: дочерние, зависимые общества
- Принципы построения Группы: имущественный, договорной, смешанный холдинг
- Организационно-управленческая модель Группы: «финансовый холдинг», «стратегический архитектор», «стратегический контролер», «оператор»
- Бизнес-модель Группы: географическая, дивизиональная, гибридная
- Доля участия материнской компании в уставном капитале дочерних и зависимых обществ
- Динамика состава участников Группы
- Функции компаний в группе: генерация добавленной стоимости, обслуживание других компаний, контроль и управление, получение доходов от участия, др.
- Объем транзакций внутри группы между материнским, дочерними и зависимыми обществами: материальные и финансовые потоки.

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: КОРПОРАТИВНАЯ КОМПОНЕНТА

## Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении персонала

- Численность и структура персонала, в том числе управляющего, по возрасту, образованию, стажу работы, полу, национальности, др.
- Доля сотрудников, охваченных коллективным договором
- Характеристика стандартов социальной поддержки работников; состав, структура и динамика социальных инвестиций
- Уровень оплаты труда и его соответствие региональному и отраслевому уровню; уровень дифференциации в оплате труда
- Показатели вовлеченности, удовлетворенности и лояльности персонала
- Показатели движения персонала: коэффициент текучести кадров; оборота по приему; оборота по выбытию персонала
- Показатели охраны здоровья и промышленной безопасности: уровень производственного травматизма, профессиональных заболеваний, общее количество смертельных случаев на производстве
- Индикаторы роста профессионализма сотрудников и продвижения в карьере
- Количество жалоб на практику трудовых отношений

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: РЫНОЧНАЯ КОМПОНЕНТА

## Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении покупателей

- Ценность бренда; степень узнаваемости бренда; репутация компании, как коммерческого партнера
- Информированность покупателей; налаженность обратной связи с покупателями
- Лояльность и удовлетворенность покупателей. Стабильность клиентской базы. Индекс потребительской лояльности
- Показатели движения клиентской базы
- Показатели концентрации покупателей – доля крупнейших в выручке
- Объем покупок среднего покупателя; средняя выручка и прибыль, приходящаяся на одного покупателя
- Транзакционные издержки на подготовку и заключение договоров; затраты на рекламу, на послепродажное обслуживание; доля коммерческих расходов в выручке.
- Рыночная доля компании.

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: РЫНОЧНАЯ КОМПОНЕНТА

---

## **Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении поставщиков**

- Показатели сотрудничества с поставщиками: доля постоянных поставщиков; доля новых поставщиков
- Регламент закупок
- Нарушения и жалобы на организацию системы закупок
- Доля крупнейших поставщиков в объеме поставок
- Надежность поставщиков; срочность и бесперебойность поставок
- Оптимальность поставщиков по цене, качеству поставляемой продукции

## **Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении конкурентов**

- Участие компании в отраслевых альянсах; вовлеченность в стратегические союзы; факты совместного лоббирования интересов
- Индикаторы концентрации рынка; рыночные доли производителей и их динамика; доля импорта на рынке; открытость рынка для вхождения новых производителей.
- Наличие фактов ценовых войн, фактов недобросовестной конкуренции, других конфликтов с конкурентами. Динамика рыночных цен.

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: ФИНАНСОВАЯ КОМПОНЕНТА

## **Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении кредиторов**

- Стабильность отношений с ключевыми кредиторами
- Уровень долговой нагрузки и процентной ставки
- Транзакционные затраты в отношениях с кредиторами
- Кредитный рейтинг компании

## **Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении акционеров**

- Прозрачность компании
- Наличие обратной связи
- Индикаторы распределительной политики: величина и периодичность дивидендных выплат, объем средств, направленных на выкуп акций,
- Индикаторы капитализации компании,
- Уровень капитальной доходности вложений в акции компании

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: СОЦИАЛЬНАЯ КОМПОНЕНТА

---

## Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении общества

- ▣ Объем, состав, структура и динамика социальных инвестиций, осуществленных компанией, инвестиций в проекты по созданию и реконструкции объектов социальной инфраструктуры
- ▣ Объем помощи, предоставляемой компанией социально незащищенным группам граждан; социальные, благотворительные и спонсорские проекты компании, средства, направленные на поддержку культуры, спорта, муниципальных учреждений, общественных организаций
- ▣ Уровень поддержки
- ▣ Цитируемость сайта компании. Наличие положительной информации о компании в прессе

# СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ: СОЦИАЛЬНАЯ КОМПОНЕНТА

## **Индикаторы социально-репутационного капитала в отношении государства**

- Участие в государственных программах; в конкурсах на закупки; полученные лицензии на осуществление определенных видов деятельности; наличие государственных контрактов в хозяйственном портфеле.
- Налоговые льготы и налоговые кредиты; объем государственной помощи; инвестиционные гранты, другие виды грантов; прочие выплаты, которые были получены от органов государственной власти.
- Налоговая нагрузка
- Индикаторы наличия административного ресурса.

# ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА НА ФУНДАМЕНТАЛЬНУЮ СТОИМОСТЬ

