

СЕРТИФИКАЦИЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ – ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ КАПИТАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена оценке деловой репутации организации. В качестве базовой концепции принято положение о том, что величина деловой репутации – это интегрированное мнение о деятельности организации её стейкхолдеров. Установлено, что объективными инструментами оценки деловой репутации являются выполняемые требования международных стандартов качества. Установлены соответствия между составляющими деловой репутации и различными стандартами, а также предложены относительные количественные оценки стоимости того или иного достижения организации для использования их при оценке деловой репутации.

Развитие больших искусственных технетических систем – систем, создаваемых человеком или техническими системами, созданными человеком, подчиняется объективным и независимым от воли конкретных людей законам техноэволюции. В этом смысле любой бизнес является искусственной системой, поскольку порожден деятельностью человека, а развитие бизнеса подчиняется объективным законам бизнесэволюции [1].

В первом приближении законы бизнесэволюции определяются законами техноэволюции, хотя для любого исторического момента времени следующий шаг в направлении развития технетики делается усилиями бизнеса. И этот, уже сделанный шаг в направлении эволюционного развития техники заставляет все другие бизнес-структуры развиваться в этом направлении. Технетика и бизнес взаимосвязаны и взаимообусловлены. Не может существовать бизнес без технетики, равно как не может существовать технетика без бизнеса.

Известно, что объективными законами управлять нельзя. Их только можно и нужно учитывать в практике управления.

В [2] было установлено, что существует объективная и независимая от воли людей закономерность развития бизнеса, заключающаяся в том, что в процессе исторического времени доля материальных активов промышленной организации будет неуклонно снижаться за счет увеличения доли его нематериальных активов (НМА).

По данным Счетной палаты на конец 2006 года, доля нематериальных активов составляет лишь 0,3% всех внеоборотных активов России, в то время как в развитых странах их доля составляет около 30%. Различие в 2 порядка заставляет серьезно задуматься. В развитых (по классификации ООН) странах 20-25 лет тому назад была похожая ситуация. Доля материальных активов промышленных организаций составляла более 50-60%. В настоящее время в развитых странах доля материальных активов лидирующих организаций составляет не более 3-5%.

Процесс перераспределения капитала организации между материальными и НМА все время будет ускоряться.

Различные авторы по-разному классифицируют НМА организации. Д. Блэк, например, среди НМА выделяет «гудвил» (условную стоимость репутации и деловых связей фирмы), патенты, торговые марки и авторские права [3]. Немецкий специалист Хюммер разделяет нематериальные ресурсы на личные и неличные. К личным он относит динамические и статические способности персонала, а к неличным - организационные рутины и нематериальные ценности. Динамические способности делятся на имплицитное (динамические стереотипы поведения, творческая командная работа, экспертные знания) и эксплицитные (инструкции, указания, вербализованное ноу-хау). К статическим способностям Хюммер относит простые операции типа обслуживания факсов, форматирования дискет, сортировки писем и т.д. Организационные рутины могут быть статическими (отработанные производственные процессы) и динамическими (процессные инновации, гибкие программы действий). К нематериальным ценностям относятся марки, патенты, репутация, договора, сетевые связи и т.д. [4].

Интеллектуальная собственность промышленных компаний в США делится на маркетинговый, технический и практический блоки. Маркетинговый блок включает в себя такие активы как фирменное наименование и логотип, брэнды и зарегистрированные товарные знаки, деловая репутация, авторские права, маркетинговая стратегия и т.д. Технический блок включает деловые секреты, формулы, патенты, технологические процессы, результаты испытания машин и оборудования, чертежи оборудования и продукции и т.д. Практический (управленческий и профессиональный) блок охватывает предложения, не связанные с конкуренцией, списки рассылки, данные о реализации продукции, управленческие базы данных, стандарты контроля качества, лицензии на право заниматься определенным видом деятельности и т.д. [5].

Известны и другие подходы к классификации НМА организации [6-8]. Применительно к целям и задачам настоящей статьи НМА организации условно разделим на две категории. Первую категорию образуют **объекты интеллектуальной собственности (ОИС)**, к которым относятся:

- промышленная собственность (патенты на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки наименования мест происхождения товара, фирменное наименование, знаки обслуживания);
- ноу-хау (конструкторско-технологическая документация, практические знания по организации процессов, проведению инновационных мероприятий, обеспечивающих эффективную реализацию новых технологий и создание новых товаров и услуг, а также служебная и коммерческая информация различного вида);
- авторское право (научные и литературные произведения, программы ЭВМ и базы данных, топология интегральных микросхем, объекты защиты смежных прав, включая лицензии на определенные виды деятельности).

Отличительными признаками ОИС являются наличие документального подтверждения их существования и права на использование (в виде патентов,

свидетельств, лицензий, договоров) и возможность учета в балансе компании напрямую в виде НМА.

Данные ОИС могут создавать новую стоимость напрямую и использоваться в гражданско-правовом обороте для создания новых и улучшения существующих продуктов и услуг, снижения издержек и т.д. Современные подходы к организации учета и управления ОИС в России (в том числе и на законодательном уровне) в основном ориентируются на этот вид НМА. В [2] показано, что при внедрении в практику управления базового принципа системы менеджмента качества (СМК) «непрерывное совершенствование» с необходимостью должны быть решены организационные и управленческие вопросы планирования создания, оформления и управления ОИС.

Вторую категорию НМА составляет «**Деловая репутация**» (гудвилл), оцениваемая как разница между стоимостью организации как единого целого и стоимостью ее чистых активов. Указанная категория НМА представляет собой интеллектуальный капитал, включающий, соответственно, организационную, человеческую и социальную составляющие.

Эта категория НМА не создает новую стоимость напрямую, но оказывают серьезное влияние на эффективность и конкурентоспособность компании.

Компоненты деловой репутации могут быть подтверждены документально, и отражены на балансе предприятия по действующим в РФ правилам бухгалтерского учета в качестве НМА только в случае поглощения одной компанией другой компании.

Большое количество корпоративных слияний и поглощений на западе, при которых компании приобретались по гораздо большим ценам, чем стоимости активов - яркое доказательство того, что существует нечто нематериальное, возможно неотделимое от самой компании, но коренным образом изменяющее стоимость бизнеса. Для этого нечто обычно используют термин "гудвилл", от английского Goodwill, что в дословном переводе означает "добрая воля", т.е. готовность покупателя заплатить больше суммарной стоимости активов.

Для многих компаний деловая репутация фирмы является самым значительным активом, которому не присущи идентифицируемость и обособленность. Например, компания Ford при покупке торговой марки Jaguar заплатила 1 млрд. 600 млн. долл., из них 1 млрд. долл. за нематериальную составляющую стоимости торговой марки.

Крупные компании всерьез начали заниматься репутацией, когда задумались о выходе на рынок международных заимствований. В этом случае компании готовы формировать не только свою репутацию, но и всеми силами влиять на репутацию партнеров и даже региона присутствия, поскольку работа с западными инвесторами возможна лишь при полном позитивном фоне. Деловая репутация компании во многом определяет ее возможности в привлечении средств, поиске стратегических инвесторов и партнеров, построении отношений с властью. С каждым годом это утверждение все больше применимо к российскому бизнесу. Успехи наших компаний уже отмечены за рубежом: Исследовательский центр Reputation Institute оценил деловую репутацию 600 крупнейших компаний мира, в итоговый список вошли 200 предприятий, среди которых че-

тыре российские: «Мечел» - 87 место, ТНК-ВР - 150, Лукойл - 172 и Северсталь - 192 место, соответственно.

Деловая репутация — мощный и еще не раскрытый инструмент конкурентного преимущества. Чем сильнее конкуренция на рынке, тем выше роль репутации.

Деловая репутация всегда существует, хочет того компания или нет. Основная задача бизнеса — не давать репутации формироваться стихийно, сделать так, чтобы отношение общества к компании максимально соответствовало желаемому. Целенаправленное формирование репутации начинается тогда, когда глава компании осознает, что имидж и репутация имеют материальную сторону. Тогда она действительно становится активом компании.

Однако осмысленный и целенаправленный процесс управления репутацией присутствует у небольшого числа компаний. Культура управления деловой репутацией постепенно приходит к нам с Запада. И уровень развития репутационного менеджмента сейчас выше всего именно в иностранных компаниях, работающих на российском рынке.

Деловая репутация формируется из двух основных слагаемых — первое: честно и эффективно вести бизнес, заработать репутацию делами. Второе — за счет PR, GR (отношений с властями) и IR (отношений с инвесторами) транслировать успехи, завоевывая лояльность и доверие важных для компании аудиторий [9].

Оценка деловой репутации фирмы (гудвилла) базируется на двух основных методах:

- избыточных прибылей – оценка деловой репутации как бренда, который помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендированный товар;

- балансовом – стоимость деловой репутации равняется разнице между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и идентифицируемых нематериальных.

Суть метода избыточных прибылей заключается в расчете среднеотраслевой прибыли на активы и последующем ее сравнении с аналогичным показателем исследуемого предприятия. Предполагается, что компания, обладая не отраженным на балансе нематериальным активом (деловой репутацией), получает дополнительную прибыль от его использования. Данная прибыль путем умножения на коэффициент капитализации (обычно выводится из ставки дисконтирования путем вычета ожидаемых среднегодовых темпов роста прибыли) и является стоимостью goodwill.

Балансовый метод расчета стоимости деловой репутации используется при операции купли-продажи компании.

Деловая репутация необязательно положительная величина. Если рыночная стоимость действующего предприятия ниже балансовой стоимости чистых активов, то деловая репутация будет отрицательна.

Для большинства задач оценка стоимости деловой репутации заключается в определении совокупности тех элементов бизнеса или персональных качеств, которые стимулируют клиентов обращаться именно к данному предприятию и

которые приносят фирме прибыль сверх требуемой для получения разумного дохода на все остальные активы компании, включая доход на нематериальные активы, которые могут быть идентифицированы и отдельно оценены [10].

В конечном итоге, деловая репутация – это интегрированное мнение о деятельности организации её стейкхолдеров. Естественно, что управление и оценка деловой репутации – это непрерывный процесс, ответственность за который несет высшее руководство организации.

Детализируя содержание категории «деловая репутация», отметим, что эта категория НМА представляет собой интеллектуальный капитал, включающий:

- Организационный капитал – выражающий ценность организационной структуры и качества управления компанией.
- Человеческий капитал, включающий в себя квалификацию, опыт, знания и творческие способности персонала и руководителей.
- Социальный капитал – качество отношений как внутри компании, так и вовне её – системы отношений с поставщиками, потребителями и обществом в целом.

Признанными мировым сообществом инструментами оценки совершенства состояния интеллектуального капитала компании являются следующие основные международные стандарты (МС):

- ISO 9000:2000, определяющие требования к системе менеджмента качества (СМК) любой организации,
- OHSAS 18000, устанавливающие требования к оценке профессиональной безопасности и здоровью персонала,
- ISO 14000, определяющие требования к экологическому менеджменту,
- AA1000 - стандарт оценки отчетности организации по показателям ее устойчивого развития, а также оценки лежащих в его основе процессов, систем и уровня компетентности,
- SA 8000 — стандарт социальной ответственности и др.

Кроме этого, на формирование интеллектуального капитала организации оказывают влияние и другие факторы (различные общепризнанные стандарты, технические условия, процедуры и т.д.). В таблице №1 представлено установленное соответствие существующих стандартов, технических условий, процедур и других факторов, выполнение требований которых может быть использовано для оценки составляющих интеллектуального капитала.

Таблица №1. Факторы, влияющие на интеллектуальный капитал

| № | Наименование стандарта, технических условий, процедур и других факторов | Составляющие интеллектуального капитала |
|----|---|---|
| 1. | ISO 9000 (СМК. основные положения и словарь) | Организационный капитал |
| 2. | ISO 9001(СМК. Требования) | |
| 3. | ISO 9004 (СМК, Рекомендации по улучшению деятельности) | |
| 4. | ISO 19011 (Руководящие указания по аудиту СМК и/или систем экологического менеджмента) | |
| 5. | ГОСТ Р ИСО/МЭК 17025-2000 (Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий) | |
| 6. | ISO 15489 (Информация и документация) | |

| | | |
|-----|--|----------------------|
| 7. | ГОСТ Р 6.30-2003 (Унифицированная система документации. Требования к оформлению документов) | |
| 8. | Уровень документационной культуры организации | |
| 9. | ISO 10006 (Управление проектами) | |
| 10. | ISO/TS 16949 (Для поставщиков автокомпонентов) | |
| 11. | ISO/TR (Управление экономикой качества) | |
| 12. | QSA (Оценка систем качества) | |
| 13. | FMEA (Анализ видов и последствий потенциальных отказов) | |
| 14. | PPAP (Процесс согласования части) | |
| 15. | APQP (Перспективное планирование качества продукции и план управления) | |
| 16. | MSA (Анализ измерительных систем) | |
| 17. | OHSAS 18001(Система оценки профессиональной безопасности и здоровья) | Человеческий капитал |
| 18. | ГОСТ ЕН 1070-2003 (Безопасность оборудования. Термины и определения) | |
| 19. | Размер ресурсов, выделяемых на предупреждение и профилактику профессиональных заболеваний персонала. | |
| 20. | Относительное количество сотрудников, имеющих высшее образование | |
| 21. | Относительное количество сотрудников, имеющих дополнительные образования | |
| 22. | Относительное количество сотрудников, имеющих ученые степени и звания | |
| 23. | Относительное количество изобретателей организации | |
| 24. | Относительное количество рационализаторов организации | |
| 25. | Размер ресурсов, выделяемых на повышение компетентности персонала | |
| 26. | Система организации изобретательской и рационализаторской работы | |
| 27. | ISO 14001(Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению) | Социальный капитал |
| 28. | Размер ресурсов, выделяемых на предупреждение негативного влияния на окружающую среду | |
| 29. | AA1000 (Стандарт верификации отчетов) | |
| 30. | SA 8000 (Стандарт социальной ответственности) | |
| 31. | Факты благотворительности | |
| 32. | Факты меценатства | |
| 33. | Именные стипендии организации для студентов профильных вузов | |
| 34. | Программы поддержки работников, вышедших на пенсию | |
| 35. | Корпоративная культура организации | |

Авторы не ставят перед собой задачу перечисления всех стандартов и факторов, оказывающих влияние на формирование интеллектуального капитала организации. Приведенные здесь разнородные факторы только подчеркивают сложность и многомерность понятия интеллектуальный капитал организации.

Довольно часто приходится слышать мнение о том, что главное – это внедрить требования того или иного международного стандарта, а процедура сертификации – дело не обязательное. Это заявляют руководители, которые по тем

или иным причинам не задумывались о деловой репутации своей организации. Сертификация на соответствие требованиям того или иного международного стандарта – это документированный факт официального признания соответствия действующей системы управления организации требованиям того или иного стандарта и это документированная фиксация достижений организации.

О важности этой процедуры хорошо сказал представитель руководства по качеству немецкого концерна «Verbundnetz Gas Aktiengesellschaft» в Лейпциге на семинаре по вопросам менеджмента качества, состоявшемся в октябре 2006 года в Германии. Один из слушателей семинара задал вопрос «Что Вам дала сертификация SMK?». Представитель руководства по качеству ответил: «Это наша гордость и это констатация наших достижений».

Очень важно фиксировать и оценивать свои достижения. Естественно, что «достижение достижению рознь». Одно дело получить отраслевое почетное звание «Лучший менеджер» и совсем другое – стать лауреатом Премии Правительства Российской Федерации в области качества или одной из международных премий в области качества. В таблице №2 представлен перечень возможных достижений организации, которые могут быть учтены при оценке своего интеллектуального капитала.

Таблица №2. Достижения организации для оценки интеллектуального капитала

| № | Признание соответствия требованиям | Региональн. уровень | Отраслевой уровень | Российский уровень | Междунар. уровень | Итого |
|----|------------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | ISO 9001 | - | - | 4,0 | 5,0 | 5,0 |
| 2 | ISO 14001 | - | - | 2,5 | 3,0 | 3,0 |
| 3 | OHSAS 18001 | - | - | 2,5 | 3,0 | 3,0 |
| 4 | ISO 16949 | | | 3,0 | 3,5 | - |
| 5 | AA1000 | | - | 2,5 | 3,0 | 3,0 |
| 6 | SA 8000 | | - | 3,0 | 3,5 | - |
| 7 | Премия качества | 3,0 | 3,0 | 8,0 | 10 | 3,0 |
| 8 | «100 лучших товаров» | - | - | 3,0 | - | - |
| 9 | Звание «Лучший менеджер» | 0,5 | 0,5 | 1,0 | 1,5 | 1,0 |
| 10 | Звание «Лучший изобретатель» | 0,5 | 0,5 | 1,0 | 1,5 | - |
| | Итого | | | | | 18,0 |

В столбце №2 приведен перечень стандартов и иных требований, признание соответствия которым может рассматриваться как достижение организации. В столбцах №3-6 зафиксированы различные уровни признания. В клеточках на пересечении столбца и строки записывается условная оценка в баллах стоимости достижения. Высшая оценка 10 баллов присуждается за первое место в одной из престижных международных премий в области качества: Европейская премия качества, Японская премии Деминга, Национальная премия М. Болдриджа.

Авторы не претендуют на объективность предложенных оценок стоимости достижений. Применительно к конкретным организациям, отраслям и ситуациям оценки стоимости достижений могут быть различными. Важно только путем привлечения различных экспертов попытаться привести в соответствие субъективные оценки к условно «объективным».

Для условной организации жирным шрифтом выделены ее достижения, которые скопированы в столбец №7. В строке «Итого» получена условная оценка стоимости интеллектуального капитала этой организации. В данном случае она равна 18,0. Таких организаций, которые были бы сертифицированы по стандартам ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001, подготовили бы отчет о социальной ответственности, стали бы лауреатом региональной Премии в области качества, а руководитель организации имел бы почетное звание «Лучший менеджер» российского уровня, в России немного.

Таким образом, сертификация организации на соответствие требованиям тех или иных международных стандартов, участие и победы в различных конкурсах – это не столько красивые сертификаты в кабинете руководителя организации, сколько действенные механизмы повышения капитализации организации за счет увеличения ее нематериальной составляющей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лозенко В.К. Эволюционные законы бизнессценариев //Общая и прикладная ценология. - 2007. - № 5. –С.39-44.
2. Колесова Е.В., Лозенко В.К. Непрерывное совершенствование — базовый принцип системы менеджмента качества //Стандарты и качество. – 2007. - №3. – С.56-63.
3. Блэк Дж. Экономика: Толковый словарь: Англо-русский. – М.: ИНФРА-М, Изд-во «Весь мир», 2000.
4. Nümmer В. Strategisches Management von Kernkompetenzen im Hyperwettbewerb.- Wiesbaden: DUV; Wiesbaden: Gabler, 2001. S.56.
5. Интеллектуальные активы: идентификация, оценка, управление // Интеллектуальная собственность – 2000. - № 5. С. 41.
6. Леонтьев Б.Б. Основы оценки интеллектуальной собственности в России. М.: ИНИЦ Роспатента 2006.
7. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М.: Издательский центр «Акционер». 2002.
8. Мильнер Б.З. Управление знаниями: Эволюция и революция в организации. – М.: Инфра-М, 2003.
9. http://www.expert.ru/printissues/ural/2006/47/reputaciya_biznesa/print
10. <http://www.cumo.ru/ocenka/us26.html>