

Рейтинг репутационной динамики российского бизнеса

Рейтинг составляется на основе опроса широкой панели экспертов в области бизнес-практик: участники экспертного клуба ВЦИОМ «Платформа», представители компаний, независимые аналитики, социологи, маркетологи, сотрудники СМИ. Оценка проводится по трем шкалам: бизнес-репутация, политическая и социальная репутации. За коррекцией данных наблюдает Экспертный совет (30 участников).

В июне по сравнению с предыдущим месяцем произошли изменения в тройке лидеров: «Яндекс» переместился со второго места на третье, пропустив вперед «Газпром нефть». Первое место по-прежнему занимает **Сбербанк**. На оценке «Яндекса» по итогам июня сказались принятие пакета антитеррористических законопроектов, а также подача бизнесменом Евгением Пригожиным первых исков в рамках закона «О забвении».

Улучшила свои позиции в первой десятке еще одна компания нефтегазового комплекса. «**НОВАТЭК**» переместился с шестого места на пятое. Переговоры о покупке у «Газпрома» до 3 млрд кубометров газа для продажи в Европе, а также интерес иностранных инвесторов к проекту «Арктик СПГ-2» стали поводом для повышения баллов как по шкале бизнес-репутации, так и по политической шкале.

Наиболее значительное улучшение показателей по итогам июня показали «**Домодедово**» и **ЛУКОЙЛ**. На протяжении всего месяца от «Домодедово» и его владельца Дмитрия Каменщика шли выплаты пострадавшим в теракте. В результате денежные компенсации получили более 50 человек, свои претензии и иски к Каменщику они отозвали, а 1 июля основной владелец аэропорта смог выйти на свободу из-под домашнего ареста.

Если в мае название компании «**ЛУКОЙЛ**» звучало чаще всего в связи со скандалом, связанным с уличными гонками, то в июне

была отмечена череда позитивных бизнес-новостей, которые были учтены при оценке компании; негативный резонанс, связанный с личными историями топ-менеджеров компании, утратил в июне свою актуальность.

Обновление рейтинга ReD происходит ежемесячно. Список компаний пополняется за счет добавления новых участников, активно присутствующих в информационном поле.

Интегральная оценка репутации каждого бренда складывается из трех составляющих. Бизнес-репутация – отражение совокупности качеств, позволяющих успешно вести бизнес и оказывать влияние на других игроков. Политическая репутация – отражение способности оказывать влияние на принятие государственных решений и использовать возможности государства на благо своему бизнесу, а также способности эффективного взаимодействия со СМИ по формированию общественного мнения на пользу компании. Социальная репутация – отражение компетенций бизнеса в области социальной ответственности.

[Rating_June_2016](#)

Контактная информация:

E-mail: platform@wciom.com

Тел.: +7 (495) 748-08-07, доб.232

Моб.: +7 (910) 475 90 60

www.pltf.ru