



РИАРЕЙТИНГ

**ГРУППА
РИА НОВОСТИ**

Рейтинг PR-компаний на основе финансовых показателей – подходы и методология

27 ноября 2012

Преимущества использования финансовых показателей

Финансовые показатели наиболее точно отражают результаты деятельности компании:

- Одной из наиболее качественных характеристик масштабов деятельности компании и ее востребованности на рынке является основной денежный поток
- Финансовые показатели наиболее часто используются в практике рейтингования:
 - Рейтинги банков (активы)
 - Рейтинги ИТ-компаний (выручка)
 - Рейтинги консалтинговых компаний (выручка)
 - Рейтинги крупнейших компаний (выручка)
 - Рейтинги PR-компаний (выручка)
- Целесообразность использования финансовых показателей подтверждается зарубежной практикой

Риски использования показателя выручки и способы управления ими

Основные риски:

- Искажение внутренней отчетности компании
- Намеренное искажение показателя для предоставления
- Нежелание компании предоставлять данные

Управление риском:

- Получение данных, заверенных подписью и печатью руководителя
- Выборочная сверка с открытыми базами данных (БИР Аналитик)
- Запрос аудиторских заключений
- Апеллирование к честности компании

Методика построения российского рейтинга PR-агентств

Основные методологические подходы российского рейтинга PR-агентств схожи с рейтингом THE HOLMES REPORT

Главный показатель рейтинга (основа для ранжирования):

- Консолидированная выручка (доходы) компаний от PR-деятельности

Информационные (сопутствующие) показатели:

- Выручка от PR-деятельности за прошедший год
- Число штатных сотрудников компании, участвующих в осуществлении PR-деятельности
- Месторасположение головного офиса

В рейтинге могут принимать участие компании, работающие на российском рынке не менее 3 полных лет на дату запроса, основной деятельностью которых является PR

Основные принципы определения выручки в рейтинге

Консолидированная выручка (доходы) от PR-деятельности – вознаграждение компании за вычетом НДС, полученное от клиентов в результате ее деятельности по связям со СМИ, общественностью, инвесторами и пр., а также от проведения связанных с выполнением PR-функций исследований, разработок, организации публичных мероприятий

- Если компания не получает доходов от иной деятельности, кроме как связанной с PR, приводится вся совокупная выручка
- Если у компании присутствуют доходы от какой-либо иной деятельности (например, от рекламной деятельности, не связанной с PR, непрофильной деятельности) – выручка должна быть очищена от таких доходов.
- Доходы от рекламной деятельности учитываются в той мере, в которой они были связаны с PR-деятельностью и получены самим агентством (исключаются затраты на привлечение внешних ресурсов, например, на услуги рекламных агентств, затраты на покупку медиа-контента и пр.).
- Из выручки вычитаются другие расходы, относящиеся к внешнему субподряду, то есть расходы, понесенные компанией в результате передачи части функции по выполнению заказов другим исполнителям (подрядчикам) вне своей группы компаний

Подход к оценке выручки международных компаний, работающих в России

Выручка международной компании от PR-деятельности производится исходя из среднего показателя выручки на одного специалиста для крупнейших российских компаний.

Алгоритм расчета:

1. Определяем среднюю выручку по крупнейшим российским компаниям на одного специалиста, занятого в сфере PR
2. Оценочная выручка международной компании = *(Численность сотрудников, занятых в PR-сфере международной компании в России) x (Средняя выручка по крупнейшим российским компаниям на одного специалиста, занятого PR-сфере)*

Алгоритм работы по подготовке рейтинга PR-агентств

- Определение списка потенциальных участников рейтинга для включения в рассылку анкеты
- Направление письма-запроса и анкеты потенциальным участникам рейтинга
- Публичное объявление в СМИ о начале процесса сбора анкет
- Получение заполненных анкет за подписью и печатью руководителя
- Проверка полученных данных на предмет их полноты и качества
- Составление рейтинга и проверка результатов
- Подготовка к публикации
- Пресс-мероприятия, публикация рейтинга