

## Література

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2003. — № 18, 19—20, 21—22. — Ст. 144.
2. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2003. — № 40—44. — Ст. 356.
3. *Дмитренко А. І.* Оцінка санаційної спроможності кризового підприємства // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика. — Ч. I. — К.: КНЕУ, 2008. — 379 с. — С. 192—198.
4. *Манойленко О.* Інституційне оточення процедур ліквідації суб'єктів господарювання в Україні // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України: Науковий журнал. — 2006, № 1 — С. 236—241.
5. *Щербина В. С.* Господарське право: підручник / В. С. Щербина. — 5-те вид., перероб. і допов. — К.: Юрінком Інтер, 2012. — 600 с.

УДК 005.334:005.336.6:338.1

e-mail: vitkovtun@ukr.net

**Ковтун Віта Петрівна,**  
асистент кафедри економіки підприємств, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**Kovtun Vita,**  
assistant of department economy of enterprises, SU «Kyiv National Economic University of Vadym Hetman»

### **СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РИЗИКОУТВОРЮЮЧИХ ФАКТОРІВ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА**

### **SYSTEMATIZATION FORMING FACTORS OF REPUTATIONAL RISKS OF THE ENTERPRISE**

**Анотація.** У дослідженні виділено та конкретизовано ризикууючі фактори репутаційних ризиків підприємства, які систематизовані у взаємозв'язку зі складовими репутації: етика у відносинах із зовнішніми партнерами, корпоративне управління, репутація топ-менеджерів, якість продукції і послуг, ефективність менеджменту.

**Ключові слова:** Репутація підприємства, репутаційний ризик, ризикууючі фактори репутаційних ризиків підприємства.

**Summary.** The research selected and specified factors forming reputational risks are systematically interrelated components of reputation: ethics in relations with external partners, corporate governance, reputation of top managers, quality products and services, management effectiveness.

**Keywords:** Reputation of enterprises, reputation risk, factors forming reputational risk of enterprise.

Будь-яка діяльність в умовах невизначеності характеризується відповідними до цієї діяльності видами ризиків. Існуючі ризики

різноманітні і можуть бути розділені на безліч категорій. Особливе місце займають репутаційні ризики, які мало вивчені в теорії і недостатньо враховуються підприємствами на практиці в процесі прийняття рішень. У даний час репутаційні ризики набувають усе більшого значення і повинні враховуватися при виборі ефективної і безпечної стратегії підприємства.

На наш погляд, репутаційний ризик — це економічна категорія, дія якої виникає при здійсненні підприємницької (чи іншої) діяльності, пов'язана з появою реальних/потенційних загроз діловій репутації підприємства та ймовірністю настання позитивних зрушень у репутаційних стратегічних активах підприємства. Дане визначення об'єднує в собі як можливість досягнення небажаних, так і сприятливих відхилень від запланованих результатів.

Багатогранність поняття ризику обумовлена різноманітністю факторів, що характеризують як особливості конкретного виду діяльності, так і специфічні риси невизначеності, в умовах якої ця діяльність здійснюється. Такі фактори прийнято називати ризикуотворюючими, розуміючи під ними сутність процесів або явищ, що сприяють виникненню того чи іншого виду ризику і визначають його характер.

На основі дослідження автором виділені та конкретизовані ризикуотворюючі фактори (РУФ) репутаційних ризиків, які систематизовані у взаємозв'язку зі складовими репутації: етика у відносинах із зовнішніми партнерами, корпоративне управління, репутація топ-менеджерів, якість продукції та послуг, ефективність менеджменту. Це дозволяє розглядати репутаційні ризики по кожному процесу управління (табл. 1).

*Таблиця 1*

**СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РИЗИКУОТВОРЮЮЧИХ ФАКТОРІВ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ ЗА СКЛАДОВИМИ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Складові репутації підприємства	Ризикуотворюючі фактори репутаційних ризиків
<b>1. Ефективність менеджменту</b>	1.1. Непродуктивні високо ризиковані альянси та партнерства
	1.2. Нерішучість топ-менеджерів, що викликає у цільової аудиторії відчуття їх некомпетентності
	1.3. Відсутність стратегії управління репутаційними ризиками
	1.4. Невідповідність процесів управління підприємством
	1.5. Фінансовий стан підприємства

Складові репутації підприємства	Ризикоутворюючі фактори репутаційних ризиків
<b>2. Якість продукції, послуг</b>	2.1. Неконкурентна якість продукції
	2.2. Відсутність заходів реагування на критику в ЗМІ та Інтернеті
	2.3. Звинувачення в небезпеці продукції підприємства з боку цільових аудиторій
<b>3. Репутація топ-менеджерів</b>	3.1. Погіршення репутації керівника
	3.2. Негативне ставлення керівника до етики, корпоративної культури, соціальної відповідальності бізнесу
	3.3. Невідповідність дій керівника посиленню репутації підприємства
<b>4. Корпоративне управління</b>	4.1. Низький рівень корпоративної культури
	4.2. Необізнаність персоналу про можливі репутаційні ризики
	4.3. Некомпетентність персоналу
<b>5. Етика у відносинах із зовнішніми партнерами</b>	5.1. Неконкурентна та неетична поведінка підприємства на ринку
	5.2. Невиконання договірних зобов'язань
	5.3. Непрозорість бізнесу, надання недостовірної інформації
	5.4. Невідповідність вимогам загального ділового етикету, правовим нормам, партнерським відносинам
	5.5. Сумнівна законність методів лобювання інтересів підприємства

Слід зазначити, що на конкретний ризик може вплив значна кількість ризикоутворюючих факторів. Кількість врахованих ризикоутворюючих факторів досить велика. Як наслідок, їх класифікація незрівнянно складніше класифікації ризиків. Так, розробники системи управління ризиками «Mark To Future» компанії Algorithmics приводять таблицю, що демонструє співвідношення окремих груп ризиків і факторів, які на них впливають. Згідно з

цією таблицею, ринкові ризики, в тому числі репутаційні ризики є похідними від 50 до 1000 факторів ризику, на кредитні ризики впливають від 50 до 200 ризикоутворюючих факторів, 20—500 факторів ризику впливають на ризики управління активами компанії. Окремі є нейтивними (унікальними) чинниками репутаційного ризику, інші — інтегральними, які впливають одночасно і на інші ризики.

Комплексний підхід до дослідження репутаційних ризиків, тобто облік впливу на репутаційні ризики як ризикоутворюючих факторів першого рівня (нейтивних і інтегральних), так і факторів другого рівня, дозволить підвищити ефективність управління ризиками.

Тому саме систематизація ризикоутворюючих факторів репутаційних ризиків є важливим етапом при аналізі репутаційних ризиків підприємства.

### *Література*

1. *Важенина И. С., Пестриков С. А., Шарипов Т. Р.* Риски деловой репутации: идентификация и оценка// Экономический анализ: теория и практика. — 2011. — №17 (224). — С. 2—11.

2. *Гранатуров В. М.* Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. — М: Дело и Сервис, 1999. — 112 с.

3. *Гриффин Э.* Управление репутационными рисками: Стратегический подход / Эндрю Гриффин: Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.

4. *Заман Ариф.* Репутационный риск: управление в целях создания стоимости: / Ариф Заман: Пер. с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 2008.

5. *Davies G.* Reputation management: theory versus practice. [Текст] / G. Davies, L. Miles // Corporate Reputation Review. — 1998. — № 2 (II). — P. 16—27.

6. *Dembo Ron S., Aziz Andrew R., Rosen D., Zerbs M.* Mark To Future. A Framework for Measuring Risk and Reward. — Algorithmics Publications. May 2000.

7. *H. Felix Kloman.* Integrated Risk Assesment. Current Views Of Risk Management. — www.garp.com

8. *Harlow R. F.* Public relations definitions through the years. [Текст] / R.F. Harlow // Public Relations Review. — 1977. — № 3 (I). — P. 49—63.

9. *Harris T. L.* Value — Added Public Relations: The Secret Weapon of Integrated Marketing. [Текст] / T. L. Harris. — Chicago, IL: McGraw Hill, 1988. — 304 p.

10. *Fombrun C.* What's in a name? Reputation building and corporate strategy. [Текст] / C. Fombrun, M. Shanley // Academy of Management Journal. — 1990. — № 33(II). — P. 233—258.