

**ПРОБЛЕМНЕ ПОЛЕ УПРАВЛІННЯ
РЕПУТАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах господарювання одним з основних та найбільш значущих ризиків, що безпосередньо впливає на ефективне функціонування та рівень капіталізації підприємств, є репутаційний ризик, поява якого обумовлена активним впливом на діяльність підприємств різних груп стейкхолдерів. На наш погляд, репутаційний ризик – це ризик зниження довіри зацікавлених сторін, що посилюється при виявленні порушень, які, за очікуваннями сторін, відобразяться на їх економічних інтересах.

З метою подальшого аналізу найбільш важливих аспектів розвитку українських підприємств, узагальнимо та сформуємо проблемне поле наявних репутаційних ризикоутворюючих факторів. При цьому будемо враховувати п'ять комплексних системних складових репутації підприємства, виокремлених за методикою журналу «Експерт»: етика у відносинах із зовнішніми партнерами; етика у відносинах з внутрішніми партнерами (корпоративне управління); ефективність менеджменту; якість продукції (послуг); репутація топ-менеджерів [1]. Дане проблемне поле представлено в табл.

Таблиця

Проблемне поле управління репутаційними ризиками українських підприємств

№	Аспект	Проблема	Репутаційні ризикоутворюючі фактори
1	Етика у відносинах із зовнішніми партнерами	Агресивна податкова політика зі сторони фіскальних структур; недобросовісна конкуренція; закритість бізнесу	Невиконання підприємством договірних зобов'язань; неефективна взаємодія із ЗМІ; неетична/протиправна поведінка конкурентів; неетична/протиправна поведінка акціонерів; інформаційна закритість; відсутність або недостатній рівень довіри до підприємства зі сторони представників влади; відсутність або недостатній рівень довіри до підприємства зі сторони представників населення
2	Етика у відносинах з внутрішніми партнерами (корпоративне управління)	Відсутність принципів корпоративного управління в діяльності підприємства	Неетична поведінка підприємства (його працівників); нездатність підприємства залучати та утримувати персонал; відсутність або невиконання Кодексу корпоративної поведінки; низький рівень корпоративної культури; низький рівень соціальної відповідальності перед співробітниками

Продовження табл.

№	Аспект	Проблема	Репутаційні ризикоутворюючі фактори
3	Ефективність менеджменту	Нездатність в умовах жорсткої цінової конкуренції дотримуватись всіх вимог; неефективні методи управління підприємством	Звинувачення підприємства в небезпечності процесу виробництва зі сторони зацікавлених аудиторій (мешканців, владних або контролюючих органів тощо); надзвичайна подія, що порушує виробничий процес; неефективна стратегія та нестійкий фінансовий стан підприємства
4	Якість продукції (послуг)	Погіршення якості продукції (послуг) внаслідок підвищення закупівельних цін у постачальників	Звернення до підприємства щодо низької якості або небезпечності її продукції зі сторони зацікавлених аудиторій
5	Репутація топ-менеджерів	Не в повному обсязі враховується значущість даного аспекту керівниками підприємств	Ділові якості, кваліфікації та імідж керівника не направлені на створення, підтримку та посилення репутації підприємства

Рівень репутаційних ризиків залежить від напрямку діяльності підприємства та супутніх факторів: від тривалості ведення бізнесу, від стану виробництва та якості менеджменту, від інноваційної активності та становища на ринку, від соціальної позиції та орієнтованості на стратегічний розвиток та ін.[2]. На сьогодні, в структурі вартості підприємств, питома вага нематеріальних активів складає близько 70-80%. Тому виявлення ризикоутворюючих факторів репутації, які впливають на діяльність підприємств та формування проблемного поля наявних репутаційних ризикоутворюючих факторів не викликає жодних сумнівів та має враховуватись при виборі безпечної та ефективної стратегії підприємства.

Формування і корекція репутації в складі нематеріальних активів підприємства в ідеалі має виглядати як постійний, планомірний процес управління репутацією і репутаційними ризиками (репутаційний менеджмент), що передбачає оцінку репутації і пов'язаних з нею ризиків, а також визначення стратегії ефективної роботи з репутаційними ризиками [3]. Планове управління репутацією дає передбачуваний і суттєвий ефект, тому що дозволяє оптимізувати ризики ділової репутації при одночасному вирішенні більш масштабних завдань.

Література

1. Репутация предприятия. Повышаем уровень капитализации // Эксперт. – Урал. – 2011. – № 45, 47. – С. 51- 69.
2. Заман Ариф. Репутационный риск : управление в целях создания стоимости / Ариф Заман: Пер. с англ. - М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 395 с.
3. Ковтун В. П. Систематизація основних методів та підходів до управління репутаційними ризиками підприємства / В. П. Ковтун // Стратегія економічного розвитку України. Зб. наук. праць. Вип. 37. – К. : КНЕУ, 2015. – С. 175-182.