

Ковтун Віта Петрівна
старший викладач кафедри економіки
підприємств ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима
Гетьмана», Україна

Kovtun Vita
senior lecturer of department economy of enterprises
of Vadym Hetman Kyiv National Economic
University, Ukraine

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

SYSTEMATIZATION OF THE MAIN METHODS TO MANAGES OF REPUTATION RISKS OF ENTERPRISE

Анотація. У теорії ризик-менеджменту залишається дискусійним трактування поняття «репутаційний ризик», а поняття «управління репутаційним ризиком» практично не розглядається. У дослідженні визначена специфіка репутаційних ризиків підприємства та систематизовані способи та підходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: репутаційний ризик підприємства, управління ризиком, способи мінімізації репутаційного ризику підприємства.

Abstract. In theory, risk management remains controversial interpretation of the concept of «reputational risk», and the concept of «managing reputation risk» almost not considered. The research identified specific reputational risks of the enterprise, systemized methods and approaches to minimize them.

Keywords: reputation risk of enterprise, risk management, ways to minimize the reputational risk of enterprise.

За су

часних умов господарювання одним з найбільш значущих нефінансових ризиків, що впливає на фінансові та операційні результати функціонування підприємств, на рівень їх капіталізації є репутаційний ризик (ризик втрати ділової репутації). На думку сучасних фахівців, вплив репутаційного ризику на вартість підприємства може досягати 20—25 %, а в окремих галузях і вище [1]. Головною відмінною рисою репутаційного ризику є те, що він виникає відразу ж з моменту створення підприємства і супроводжує його кожен день протягом усього життєвого циклу підприємства: після свого заснування підприємство починає функціонувати, зростати і розвиватися, а навколо нього в суспільстві відразу ж починають формуватися певні ставлення та уявлення, які змінюються під впливом різних чинників. Тому для нормального функціонування будь-якому підприємству необхідно постійно вживати різних заходів, спрямованих на запобігання (мінімізацію) виникнення подій, які можуть завдати шкоди його іміджу і репутації, підрвати довіру громадськості до підприємства, тобто необхідно постійно управляти репутаційним ризиком.

Управління ризиком (ризик-менеджмент) — це найважливіша частина діяльності топ-менеджерів і ризик-менеджерів підприємства, спрямована на економічно ефективний захист підприємства від небажаних свідомих і від випадкових подій (обставин), які в кінцевому рахунку, можуть завдати шкоди підприємству.

Зауважимо, стандартів, загальноприйнятих методів і підходів до управління репутаційним ризиком поки немає, тому підприємства самостійно намагаються його мінімізувати. Найрозповсюдженіші способи і підходи щодо мінімізації репутаційного ризику систематизовано і представлено в табл. 1.

Як видно з табл. 1, на сьогодні, серед підприємств найпоширенішим методом управління репутаційним ризиком є вдосконалення корпоративного управління на основі комплаєнс — це обов'язок підприємства відповідати внутрішній політиці і процедурам організації, які розробляються з урахуванням місцевого законодавства і провідних міжнародних практик. На підприємстві воно реалізується шляхом розробки внутрішніх документів і створення умов, у яких усі співробітники підприємства будуть вести себе відповідно до високих професійних і етичних стандартів по відношенню як до зовнішніх, так і внутрішніх учасників ринку.

Аналіз існуючих підходів і методів управління репутаційним ризиком довів, що вони малоефективні, незначні або зовсім неможливі для даного ризику в силу його специфіки та мало вивченості [2, 3, 5, 6]. Безпосередньо представлені в роботі методи і підходи можуть застосовуватися для вдосконалення діяльності підприємства в цілому, а також для поліпшення його окремих бізнес-процесів і реалізації різних операцій. Однак, щоб процес управління репутаційним ризиком був ефективним і мав серйозний позитивний результат, необхідно будувати діяльність підприємства в галузі управління даним ризиком на основі постійного та креативного використання різних інструментів, методів і прийомів високорозвиненого цілеспрямованого маркетингу, а також його гармонійного поєднання з адекватним менеджментом підприємства.

ОСНОВНІ СПОСОБИ ТА ПІДХОДИ ДО МІНІМІЗАЦІЇ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ

Спосіб мінімізації репутаційного ризику	Зміст способу
Удосконалення корпоративного управління	Здійснюється на основі колаенс. Для цього підприємство: - розробляє і виконує загальний документ «Кодекс корпоративної етики (корпоративної поведінки)», в якому йде мова про морально-етичні принципи, стандарти поведінки, пріоритети та цінності підприємства; - розробляє і здійснює політику протидії відмиванню доходів; політику прийняття та дарування подарунків, запрошень на заходи; політику повідомлень про порушення етичних стандартів; політику конфіденційності інформації; політику взаємодії з регулюючими органами; політику, яка регулює конфлікти інтересів між підприємством і його різноманітними суспільними групами; політику навчання персоналу та ін.; - здійснює прийом та обробку скарг; - забезпечення своєчасності розрахунків за різними угодами; - забезпечення постійного підвищення кваліфікації співробітників; - забезпечує постійний контроль за: - дотриманням співробітниками законодавства; - достовірністю фінансової та бухгалтерської звітності; достовірністю інформації, яка надається акціонерам, клієнтам і партнерам, державним структурам, а також іншим зацікавленим особам, в тому числі, у рекламних цілях
Маркетингові методи	- вивчення клієнтів, контрагентів і постачальників; - аналіз і контроль інформації про підприємство в ЗМІ; - використання різних інструментів аналізу ринку щодо посилення репутації підприємства; - «управління проблемами» — підприємство виявляє сфери своєї діяльності, які є предметом (потенційним предметом) критичного обговорення зі сторони суспільства (наприклад, вихід на новий ринок)
Методи ризик-менеджменту	- уникнення або ухилення (стратегія ухилення від ризику): уникнення операцій або ухилення від роботи в тих сферах, де репутаційний ризик особливо високий; переключення уваги громадськості на іншу подію; - стратегія попередження, яка орієнтована на причини репутаційного ризику; - компенсація ризику — стратегія, яка орієнтована на наслідки репутаційного ризику; наступальні стратегії (звинуватити будь-кого іншого); фаталістичні стратегії (списання того, що сталося на збіг обставин); стратегії визнання провини (публічне каяття)

Головна мета управління ризиком — у кращому випадку запобігти настанню ризикової події, а в гіршому — зменшити або компенсувати збитки для об'єкта при настанні несприятливих подій або забезпечити безприбутковість роботи підприємства. Основне ж завдання даного процесу — розробка та впровадження комплексного проекту рішень, спрямованого на запобігання настанню випадкових або навмисних подій, а також на мінімізацію широкого спектру їх впливу на діяльність підприємства.

Література

1. Гомер У. Управление репутационными рисками // Бизнес и Банки. — 2008. — № 12.
2. Деловая репутация как одно из важнейших преимуществ компании // Эксперт — Урал, 2011. — №45. — С. 47.
3. Заман Ариф. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости. / Ариф Заман: Пер. с англ. — М. : Олимп-Бизнес, 2008.
4. Ковтун В.П. Систематизація основних методів та підходів до управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Стратегія економічного розвитку України. Зб. наук. праць. Випуск 37. — К.: КНЕУ, 2015. — С. 175—182.
5. Новиченкова Л.А. Стратегия Ооправданных ожиданий // Управление компанией. — 2007. — №6.
6. Davies G. Reputation management: theory versus practice. / G.Davies, L. Miles // Corporate Reputation Review. — 1998. — № 2 (II). — P. 16—27.