

УДК 338. 012

І. М. ПАТЛАХ, канд. політ. наук, доц., Запорізький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуті теоретичні основи поняття репутаційного ризику та організації управління репутаційними ризиками (стратегії, тактики, основні етапи та методи управління), розглянуто потенційні небезпеки для репутації фірми та алгоритм управління репутаційними ризиками. Таким чином проблема управління ризиками вирішується виключно впровадженням комплексної технології управління ризиками, яка зачіпає всі аспекти діяльності компанії. Розробка програми цільових заходів щодо управління ризиком на рівні підприємства забезпечить управління ризиками, при якому основним елементам структури та діяльності фірми гарантується висока стійкість і захищеність від внутрішніх і зовнішніх ризиків.

Ключові слова: репутаційний ризик, репутація, управління ризиками, стратегія, тактика, алгоритм

Вступ. В даний час репутаційні ризики набувають все більшого значення і повинні враховуватися при виборі ефективної і безпечної стратегії підприємства. У зв'язку з цим підвищення ефективності управління репутаційними ризиками стає надзвичайно актуальною проблемою економіки підприємництва та сучасного менеджменту. В умовах глобальної фінансово-економічної кризи вижити підприємству в екстремальних умовах досить часто допомагають раніше сформована репутація і завойована довіра акціонерів, партнерів і клієнтів, а також ефективна робота з ідентифікації та мінімізації репутаційних ризиків.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Темі управління ризиками присвячено дуже багато робіт, авторами яких виступають: А. Заман, Е. Гріффін, В. Венедиктов, Бланк І. А., Валдайцев С. З., Важенина І. С., Пестриков С. А., Шарипов Т. Р., Гальчинський А., Гончаров Д. С., Ковтун В. П., Буд. Траут., Ж.-П. Бодуан та інші. У цих роботах автори описують, що являє собою ризик, пропонують різні класифікації ризиків, описують систему управління ризиками та пропонують різні стратегії і тактики управління. Проте, тема управління саме репутаційними ризиками в діяльності підприємства вивчена не досить докладно.

Мета статті – дослідити механізм управління репутаційними ризиками в діяльності підприємства.

Матеріали досліджень. Слід зазначити, що на даний момент часу нараховують більше 40 різних критеріїв ризиків і більше 220 видів ризиків. У найзагальнішому вигляді репутаційні ризики зазвичай поділяються на три великі групи: корпоративні ризики – проблеми, пов'язані з діяльністю компанії, в тому числі виробничої, управлінської тощо; глобальні ризики – проблеми, актуальні не для однієї компанії, а для цілого ряду компаній, пов'язаних з виробництвом однорідних товарів (екологічні проблеми тощо); локальні ризики – навпаки, зачіпають не компанію в цілому, а якусь частину службовців (працівників) компанії (наприклад, масові звільнення).

Репутаційний ризик супроводжує компанію протягом всього життєвого циклу. Його виникнення обумовлюється впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Основними внутрішніми факторами є: недотримання компанією чинного законодавства, звичаїв ділового обороту, принципів професійної етики; невиконання компанією договірних зобов'язань; відсутність формалізованих механізмів, що дозволяють уникати конфліктів інтересів між акціонерами, менеджерами та іншими зацікавленими особами; недоліки в кадровій політиці компанії, викликають нелояльність персоналу.

Основними зовнішніми факторами є: недотримання афілійованими компаніями або чинного законодавства; розголошення (публікація) негативної інформації про компанії, афілійованих осіб.

Оскільки діяльність підприємств нерозривно пов'язана з ризиками, управління ризиками є невід'ємною складовою ефективною діяльності та результатів діагностики підприємств. Методи і дії, які знижують ризик несприятливих результатів, називаються системою управління ризиком (ризик-менеджментом).

Управління ризиком у підприємницькій діяльності містить у собі різні види стратегій і тактик. Розрізняють такі види стратегій: стратегія «Керівник – наша гордість», «Команда – наша гордість», «Продукція – наша гордість», «Досягнення – наша гордість» та ін., кожна з яких має свої плюси та недоліки. Тактики управління ризиком поділяються на проактивні (тактика роботи з цільовими аудиторіями; роботи з ключовими повідомленнями; роботи з основними каналами комунікації; роботи з персоналом; соціальних ініціатив) та реактивні (тактика ігнорування кризи; відкритості та діалогу; тактика доведення ситуації до абсурду; відволікання уваги; наступальної відповіді (атаки); тактика позитивної хвилі).

Процес управління ризиком є складною і багаторівневою процедурою. Проте його можна умовно розділити на кілька етапів. А саме: 1-ий етап – ідентифікація і аналіз ризику; 2-ий етап – аналіз альтернативних методів управління ризиком; 3-ій етап – вибір методів управління ризиком; 4-ий етап – виконання обраного методу управління ризиком; 5-ий – моніторинг результатів та вдосконалення системи управління ризиком.

Функцію керування ризиком на підприємстві найбільш доцільно здійснювати за допомогою спеціалізованого підрозділу, для даного підприємства в особі одного фахівця – ризик-менеджера. Беручи до уваги рекомендації економічної літератури по управлінню ризиками, а також недоліки, виявлені безпосередньо на підприємстві, необхідно, щоб функції управління ризиками (моніторинг підприємства, середовища і його функціонування, аналіз ризиків, планування антиризикових заходів і управління в кризових ситуаціях) підтримувалися на всіх рівнях і напрямках діяльності підприємства: фахівцями з маркетингу, фахівцями з фінансів, управління персоналом, планово-економічної роботи тощо.

Результати досліджень. Репутаційний ризик – це ризик втрати ділової репутації, що проявляється у негативному сприйнятті або втраті довіри,

авторитету та поваги з боку клієнтів, ділових партнерів, акціонерів, і який може призвести до фінансових втрат. Саме через це необхідно уміти правильно та ефективно керувати ризиками, за допомогою управління ризиком (ризик-менеджменту) – процесу прийняття і виконання управлінських рішень, які мінімізують несприятливий вплив на організацію, викликаний випадковими подіями.

Висновки. Таким чином проблема управління ризиками вирішується виключно впровадженням комплексної технології управління ризиками, яка зачіпає всі аспекти діяльності компанії. Розробка програми цільових заходів з управління ризиком на рівні підприємства забезпечить управління ризиками, при якому основних елементів структури і діяльності фірми гарантується висока стійкість і захищеність від внутрішніх і зовнішніх ризиків.

Список літератури: 1. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: Стратегический подход/ Эндрю Гриффин: пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009. – 275 с. 2. Сташкевич А. И. Репутационные риски организации: коммуникационные технологии минимизации / Бизнес. Общество. Власть. – 2012. – №10. – С. 44–63.

Bibliography (transliterated): 1. Griffin E. Upravlenie reputatsionnyimi riskami: Strategicheskiy podhod/ Endryu Griffin: per. s angl. – Moscow: Alpina Biznes Buks, 2009. – 275 p. 2. Stashkevich A. I. Reputatsionnyie riski organizatsii: kommunikatsionnyie tehnologii minimizatsii / Biznes. Obschestvo. Vlast. – 2012. – N10. – P. 44–63.

Надійшла (received) 20.10.2014

УДК : 631:115

С. М. СУДОМИР, канд. екон. наук, доц., ВПНУБіПУКРАЇНИ
«Бережанський агротехнічний інститут», м. Бережани

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі проаналізована модель формування системи оцінки результативності господарюючих структур та модель формування ефективності управління виробництвом. Обґрунтовано критерії оцінки ефективності. Розроблені формули визначення рівня результативності організаційного формування та менеджменту, виходячи із вимог зовнішнього та внутрішнього середовища. Підсумовуючи основні напрямки удосконалення системи управління результативністю, слід зазначити, що рівень результативності організаційного формування та менеджменту доцільно визначати, виходячи з вимог зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ключові слова: результативність, ефективність, управління, менеджмент, система, середовище.