

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-20>

УДК 658.005.336:658.14:659.3:659.4

# РОЛЬ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ У ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРІОДАХ

## THE ROLE OF REPUTATION MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES: PROBLEMS AND PROSPECTS IN TRANSFORMATION PERIODS

**Озарко Катерина Сергіївна**

кандидат економічних наук,

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1452-0686>**Ozarko Kateryna**

State University of Intellectual Technologies and Communications

Стаття присвячена аналізуванню проблем і перспектив формування та подальшого розвитку системи репутаційного менеджменту вітчизняними підприємствами у трансформаційних періодах. Досліджено вплив рівня ділової (корпоративної) репутації вітчизняного підприємства на його діяльність. Проаналізовано динамічність рівнів значимості репутаційного капіталу протягом останніх років. Досліджено ключові драйвери репутації. Запропоновано послідовність формування системи репутаційного менеджменту для вітчизняних підприємств та їх коротка характеристика, виокремлено її основні етапи реалізування у трансформаційних періодах. Виокремлено ключові завдання для керівництва українських підприємств за трансформаційних умов, викликаних високо динамічним зовнішнім середовищем у сфері формування та утримання високих рівнів власної репутації.

**Ключові слова:** репутація, репутаційний менеджмент, рівень репутації, етапи репутаційного менеджменту, конкуренція, трансформування.

The main goals of the article are to identify the problems that arise on the way to the formation and development of reputation management systems in Ukraine during transformational periods. The work aims to identify prospects for solving the identified problems. The search for directions for improving the levels of business/corporate reputation of enterprises and organizations, which are of increasing interest to them in connection with the growth of competition levels in the market, the instability of needs, and their constant transformation, is an actual field of scientific and practical research. The article is devoted to analyzing the problems and prospects of the formation and further development of the reputation management system by domestic enterprises in transformational periods. The research methods in the article are analysis, synthesis, analogy, statistical research, and others. A trend established that under dynamic economic conditions of conducting production and economic activities, the need to study the impact of the level of corporate reputation of a domestic enterprise on its given activity increasingly arises. The influence of the level of business (corporate) reputation of a domestic enterprise on its activity is studied. The article contains an analysis of scientific research by Ukrainian and foreign specialists in the field of reputation, its importance for the enterprise and organization, features of the formation of management systems, and their practical development. The dynamics of the levels of importance of reputational capital in recent years have been analyzed. The key drivers of reputation have been studied. The proposed sequence of formation of the reputation management system of the enterprise. A brief description highlighting its main stages of implementation in transformational periods will contribute to effective implementation at enterprises. The critical tasks for the leadership of Ukrainian enterprises under transformational conditions caused by a highly dynamic external environment in the formation and maintenance of high levels of own reputation are highlighted.

**Keywords:** reputation, reputation management, level of reputation, stages of reputation management, competition, transformation.

**Постановка проблеми.** Як показують дослідження, все частіше у наукових працях зарубіжних, вітчизняних науковців, фахівців у сфері менеджменту та державного управління розглядаються процеси формування, становлення і розвитку систем репутаційного менеджменту, вивчаються механізми формування, підтримання на необхідному рівні репутації різних об'єктів (підприємств, організацій, міст, регіонів, країн а також окремих осіб).

Задля підвищення рівня ефективності підприємницької, господарської, державної, волонтерської та інших видів діяльності або ж збереження вже завойованої позиції керівникам вітчизняних підприємств, організацій більше уваги, часу вартує приділяти поняттю (чиннику, об'єкту) репутація, намагаючись сприяти приросту її рівня та/або утриманню вже досягнутого.

Саме репутація має бути ключовим об'єктом при формуванні систем менеджменту.

За високо динамічних умов (війна, кризові явища тощо) процеси із адаптування систем управління (менеджменту) в Україні вимагають розроблення, впровадження в них інновацій із метою втримання та підвищення їх рівня конкурентоспроможності. Особливої уваги дані процеси набувають за позитивних трансформаційних умов. Тому проблематика формування, розвитку в Україні репутаційного менеджменту у трансформаційних періодах є надзвичайно актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вітчизняні та зарубіжні науковці-економісти, фахівці у сфері репутації здійснили значний вклад у дослідженні даного поняття. Проте частина з них досліджувала сутність поняття «репутація» виключно у загальному його трактуванні. Інші вчені розглянули проблематику лишень із однієї сторони. Приміром, такі вчені як, Гейнс-Росс Л., Даулінг Г. [4] визначили сутність поняття «репутація» досить вузьким (загальним) чином. Дорлі Д., Гарсіф Г. Ф. [13], Дозер Д., Грюніг Л. [14] визначили поняття «репутація» значно ширше, проте виключно зі сторони облікування його бухгалтерією.

А автори Васильконова Е. [2], Дерев'яно О. Г. [5; 6; 7], Довбенко В.І. [8], Завербний А. С., Шпак Ю. Н., Побурко О. Я. [9], Ломага Ю. Р. [10] та інші [1; 3; 11; 14] розглянули сутність цього терміну (поняття) із економічного підходу, однак без урахування трансформаційних періодах, в яких перебувають вітчизняні підприємства. Зрозуміло, що

спрогнозувати війну росії (як один із найбільш деструктивних чинників трансформування національної економіки, суспільства тощо) на час наукових досліджень було просто неможливо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Водночас певні методологічні, практичні аспекти репутаційного менеджменту, проблем його формування і розвитку у трансформаційних періодах вітчизняними підприємствами, вплив на нього ключових динамічних зовнішніх чинників потребують детальнішого дослідження.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Основними цілями статті є ідентифікування проблем, що постають на шляху формування, розвитку систем репутаційного менеджменту в Україні під час трансформаційних періодів, виявлення перспектив для їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За сучасних динамічних економічних умов ведення виробничо-господарської діяльності все частіше виникає потреба в дослідженні впливу рівня ділової (корпоративної) репутації вітчизняного підприємства на його дану діяльність. Зарубіжними і вітчизняними фахівцями було доведено [1; 3; ; 6; 8; 13], та обґрунтовано те, що найкраще, найуспішніше у світовій економіці функціонують, більше того, активно розвиваються, зростають саме ті підприємства й організації, які володіють значним позитивним рівнем ділової (корпоративної) репутації шляхом вмілого і ефективного управління ним. Тобто, сформували та підтримують і розвивають системи репутаційного менеджменту.

Дослідження показало, що для понад 2/3 респондентів-споживачів (практично 70%) рівень репутації відіграє вирішальне значення під час при купівлі та використанні продукту (послуги), обрання місця працевлаштування тощо [12; 15]. Цей показник є досить суттєвим, тому керівництву вітчизняних необхідно звертати увагу на рівень власної репутації з метою підвищення рівня конкурентоздатності.

Підтвердженням цієї тези є також результати оцінювання думки про підприємство. Адже, понад 90% від всіх опитаних споживачів, відзначали, що наявність різноманітних позитивних відгуків зможуть суттєво покращити їхню думку щодо певного підприємства, організації чи індивіда [12; 15].

Слід також наголосити на економічному аспекті: щороку капіталізація репутації (репу-

таційний капітал) підприємств, організацій зростає приблизно на 2% [12].

Пріоритетності цей індикатор набув під час світової пандемії, що формує, закріплює новачійні очікування щодо підприємств, організацій в т.ч. й вітчизняних [12].

Оцінюючи результати досліджень рівнів репутації Global RepTrak Reputation Score (що проводяться щороку), констатуємо важливість репутаційного капіталу у 2021 р. [15]. Даний індикатор збільшився на максимальні протягом 2015–2021 рр. 2,5% [12; 15] (див. рис. 1).

У вказаному на рис. 1 рейтингу (розрахований Global RepTrak Reputation Score) відображено аналіз 100 провідних світових компаній за драйверами (рушіями) репутації [15]:

- рівнями якості товарів (послуг, робіт) цих підприємств,
- системами їх репутаційного менеджменту,
- корпоративними культурами,
- рівнями результативності діяльності,
- запровадженням інновацій,
- лідерськими позиціями,
- умовами праці на цих підприємствах тощо.

Зокрема це пов'язане із тим, як світові лідери підприємництва долають новітні виклики (зокрема, через пандемію, карантинні заходи тощо).

Зрозуміло, що рейтингування, рівень репутації зазнають суттєвих змін у 2022 р., зокрема й через військові дії росії а також у зв'язку із невиходом частини світових корпорацій із

ринку агресора. Все це відбиватиметься на їх рівнях репутації.

Пошук напрямків щодо покращання рівнів ділової/корпоративної репутації підприємств та організацій, які все більше зацікавлюють їх у зв'язку зі зростанням рівнів конкуренції на ринку, нестабільністю ринків, їх постійною трансформацією, є досить актуальною на сьогодні сферою науково-практичних досліджень.

При цьому процес формування системи репутаційного менеджменту вітчизняних підприємств має стосуватися абсолютно всіх без жодних виключень видів та сфер діяльності та здійснюватися у певній чіткій послідовності (див. рис. 2).

Згідно рис. 2 підприємство (організація), система його репутаційного менеджменту мають чітко зосереджуватися на ключових стейкхолдерах, цільових групах.

Задля забезпечення створення, функціонування, розвитку високоякісної, ефективної системи репутаційного менеджменту в умовах трансформації необхідно володіти вичерпною інформацією щодо структури (елементів, складових), основних процесів та особливостей функціонування.

**Висновки.** Становлення, активний розвиток систем репутаційного менеджменту, особливо у трансформаційних періодів як окремої науки є надзвичайно важливим, оскільки саме їх практичне застосування має базуватися на даному теоретично-методологічному обґрунтуванні, теоретичних постулатів тощо.

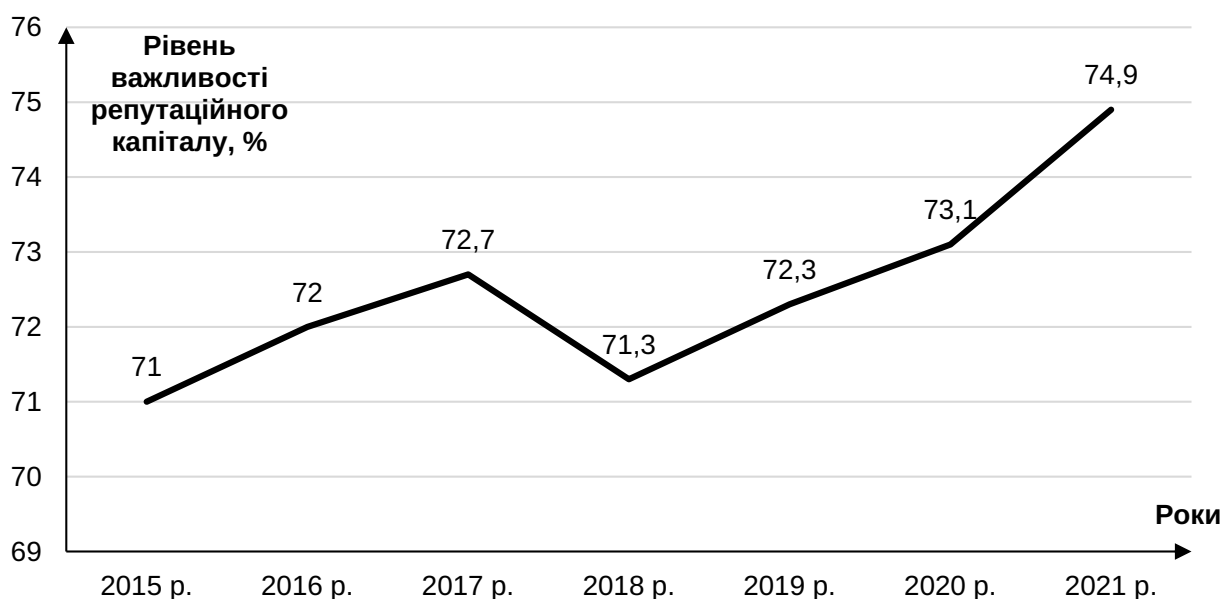


Рис. 1. Динамічність рівнів значимості репутаційного капіталу протягом 2015–2021 рр., % [120; 15]



Рис. 2. Послідовність основних етапів формування системи репутаційного менеджменту підприємства та їх коротка характеристика [5; 6; 9; 10; 12]

Для керівництва українських підприємств важливими завданнями на сьогодні за трансформаційних умов, викликаних високо динамічним зовнішнім середовищем (зокрема, кризовими явищами, зростанням рівнів конкуренції тощо) повинні виступати наступні: правильне вибудовування, розвиток, підтри-

мання позитивного рівня репутації, оптимізування шляхів донесення необхідної інформації про власне підприємство, враховуючи її вплив на сприйняття, моніторингу, оцінювання рівнів цього сприйняття та своєчасне реагування на будь-які відхилення від запланованих значень.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бурбело О. А., Солоха Д. В., Зінченко А. М. Репутація компаній: управління і захист : монографія. Луганськ : Янтар, 2009. 104 с.
2. Васильконова Е. Теоретичне бачення змісту поняття «репутація підприємства». *Механізми управління підприємствами*. 2013. С. 102–111.
3. Грабчак В. І. Сутність поняття «репутація підприємства» та її складових. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. 10. С. 313–318.

4. Даулінг Г. Репутація фірми: створення, управління і оцінка ефективності; пер. с англ. Москва : ИНФРА-М, 2003. XXVI, 368 с.
5. Дерев'яно О. Г. Дослідження репутаційного менеджменту підприємств харчової промисловості України з позицій топ-менеджерів компаній та ключових партнерів. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4938> (дата звернення: 31.07.2022).
6. Дерев'яно О. Г. Механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати. *Стратегія економічного розвитку України*. 2018. № 42. С. 5–18.
7. Дерев'яно О. Г. Ознаки та функції репутації як об'єкта репутаційного менеджменту підприємства. *Агросвіт*. 2012. № 19. С. 11–15.
8. Довбенко В. І. Вплив інноваційної інфраструктури на розвиток і ділову репутацію підприємств. *Вісник НУ «Львівська політехніка» Логістика*. 2012. № 749. С. 154–161.
9. Завербний А. С., Шпак Ю. Н., Побурко О. Я. Проблеми та перспективи застосування репутаційного менеджменту українськими підприємствами за умов зовнішньоекономічної діяльності. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 80–86.
10. Завербний А. С., Ломага Ю. Р. Проблеми та перспективи формування репутаційного менеджменту українськими підприємствами і організаціями з метою підвищення їх конкуренції. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/93/88> (дата звернення: 31.07.2022).
11. Щербакова К. Ділова репутація як складова конкурентоспроможності підприємства. *Економіка*. 2010. № 2. С. 58–63.
12. Як компанії можуть покращити свою репутацію та чого очікують споживачі: статистика світових досліджень. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/iak-kompanii-mozhut-pokrashchyty-svoiu-reputatsiu-ta-choho-ochikuiut-spozhyvachi-statystyka-svitovykh-doslidzenh/> (дата звернення: 14.08.2022).
13. Doorley John, Garcia Helio Fred. Reputation Management. The Key to Successful Public Relations and Corporate Communications. 2006. Publisher: Routledge; 2 ed. 456 p.
14. Dozier David M., Larissa A. Grunig, James E. Grunig. Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management (Routledge Communication Series). 2019. Routledge. 272 p.
15. Офіційний сайт Reprtrak. URL: <https://www.reprtrak.com/blog/tech-report-quickslides/> (дата звернення: 25.08.2022).

## REFERENCES:

1. Burbela O. A., Solocha D. V., Zinchenko A. M. (2009) Reputacija kompanij: upravlinya i zachyst [Company reputation: management and protection. монографія]. Lugansk: Yantar, 104 p. (in Ukrainian)
2. Vasykonova E. (2013) Teoretyчне bachenya zmistu ponyatya «reputacija pidpryjemstva» [Theoretical vision of the concept of "enterprise reputation"]. *Mechanizmy upravlinya pidpryjemstvamy*, pp. 102–111. (in Ukrainian)
3. Grabchak V. I. (2016) Sytnist ponyatya «reputacija pidpryjemstva» ta jiji skladovykh [The essence of the concept of "enterprise reputation" and its components]. *Globalni ta nacionalni problemy ekonomiky*, vol. 10, pp. 313–318. (in Ukrainian)
4. Dauling G. (2003) Reputacija firmy: sozdanije, upravlenije i ocenka effektivnosti [Firm reputation: creation, management and performance evaluation]. M.: INFRA-M, XXVI, 368 p.
5. Derevjanko O. G. (2015) Doslidzhenya reputacijnogo menedzhmentu pidpryjemstv charchovoji promyslo-vosti Ukrainy z pozycij top-menedzheriv kompanij ta klyuchovykh partneriv [Study of reputation management of food industry enterprises of Ukraine from the positions of top managers of companies and key partners]. *Efektivna ekonomika*, vol. 12. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4938> (accessed 31 July 2022). (in Ukrainian)
6. Derevjanko O. G. (2018) Mechanizmy vplyvu reputacijnogo menedzhmentu na biznes-rezultaty. [Mechanisms of influence of reputation management on business results]. *Strategija ekonomichnogo rozvytku Ukrainy*, vol. 42, pp. 5–18. (in Ukrainian)
7. Derevjanko O. G. (2012) Oznaky ta funkcciji reputaciji yak objekta reputacijnogo menedzhmentu pidpryjemstva [Signs and functions of reputation as an object of enterprise reputation management]. *Agrosvit*, vol. 19, pp. 11–15. (in Ukrainian)
8. Dovbenko V. I. (2012) Vplyv inovacijnoji infrastruktury na rozvytok i dilovu reputaciju pidpryjemstv [The impact of innovative infrastructure on the development and business reputation of enterprises]. *Visnyk NU «Lvivska politechnika» Logistyka*, vol. 749, pp. 154–161. (in Ukrainian)

9. Zaverbnyj A. S., Shpak Yu. N., Poburko O. Ya. (2020) Problemy ta perspektyvy zastosuvannya reputacijnogo menedzhmentu ukrajinskymy pidpryjemstvamy za umov zovnishnoekonomichnoji diyalnosti [Problems and prospects of the application of reputation management by Ukrainian enterprises under the conditions of foreign economic activity]. *Infrastruktura rynku*, vol. 41, pp. 80–86. (in Ukrainian)
10. Zaverbnyj A. S., Lomaha Yu. R. (2020) Problemy ta perspektyvy formuvannya reputacijnogo menedzhmentu ukrajinskymy pidpryjemstvamy i organizacijamy z m metoju pidvyshenya jich konkurenciji [Problems and prospects of the formation of reputation management by Ukrainian enterprises and organizations in order to increase their competition]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 22. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/93/88> (accessed 31 July 2022). (in Ukrainian)
11. Shcherbakova K. (2010) Dilova reputacija yak skladova konkurentospromozhnosti pidpryjemstva [Business reputation as a component of enterprise competitiveness]. *Ekonomika*, vol. 2, pp. 58–63. (in Ukrainian)
12. Yak kompaniji mozhut pokrashchyty svoju reputaciju ta chogo ochikujut spozhyvachi: statystyka svitovykh doslidzhen [How companies can improve their reputation and what consumers expect: global research statistics]. Available at: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/iak-kompanii-mozhut-pokrashchyty-svoiu-reputatsiiu-ta-choho-ochikuiut-spozhyvachi-statystyka-svitovykh-doslidzhen/> (accessed 14 August 2022). (in Ukrainian)
13. Doorley John, Garcia Helio Fred (2006) Reputation Management. The Key to Successful Public Relations and Corporate Communications. Publisher: Routledge; 2 ed. 456 p.
14. Dozier David M., Larissa A. Grunig, James E. Grunig (2019) Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management (Routledge Communication Series). Routledge, 272 p.
15. Official site Reprtrak. Available at: <https://www.reprtrak.com/blog/tech-report-quickslides/> (accessed 25 August 2022). (in Ukrainian)