

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

КОВТУН ВІТА ПЕТРІВНА

УДК 005.336.6:663.8(477)(043.3)

**РЕПУТАЦІЙНІ РИЗИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ
ПІДПРИЄМСТВА**
(за матеріалами українських виробників безалкогольних напоїв)

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ – 2017

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Рєпіна Інна Миколаївна
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
професор кафедри економіки підприємств

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Ляшенко Олександра Миколаївна
Національний інститут стратегічних досліджень при
Президентіві України
учений секретар

кандидат економічних наук, доцент
Літвінов Олександр Сергійович
Одеський національний економічний університет
доцент кафедри економіки підприємства та організації
підприємницької діяльності

Захист відбудеться «__» травня 2017 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.006.03 ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03057, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1, ауд. 203.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03113, м. Київ, вул. Дегтярівська, 49-г, ауд. 601.

Автореферат розіслано «__» квітня 2017 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради
доктор економічних наук, професор

А.В. Федорченко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасні реалії функціонування та розвитку вітчизняних підприємств характеризуються жорсткими умовами конкурентної боротьби і вимагають нових підходів до організації та ведення бізнесу. Динамічні зміни світової економічної системи та безпосередній їх вплив на діяльність підприємств значно підвищують невизначеність їх функціонування, що призводить до появи нових ризиків, які мають різні джерела формування та форми прояву. Серед нефінансових ризиків особливе місце займає репутаційний ризик, який недостатньо досліджений в теоретичному аспекті та майже не враховується підприємствами в практичній діяльності. Ігнорування та недооцінка даного ризику може призвести до негативних наслідків для підприємства та порушення стану його економічної безпеки.

Якісні зміни, що відбуваються в економічних відносинах, суперечливий розвиток економіки країни призвели до трансформації як самої предметної області, так і зміни змісту та способів забезпечення економічної безпеки підприємства. Саме тому в ринкових умовах господарювання проблема оцінювання та управління репутаційними ризиками підприємства набуває самостійного теоретичного та прикладного характеру, як важлива частина забезпечення економічної безпеки підприємства.

У науковій літературі проблемами дослідження методів, механізмів та інструментів забезпечення економічної безпеки підприємства, а також питаннями управління його нематеріальними активами, в тому числі, репутацією, репутаційними ризиками та питаннями подолання криз присвячені роботи зарубіжних та вітчизняних авторів: І.Азоєва, І.Т.Балабанова, Т. Бартона, І.А. Бланка, В.Л. Берсенєва, К.С. Букши, Е. Брукінга, І.С. Важеної, М. Вебера, Т. Веблена, Д.С.Гончарова, С.В. Горіна, Е. Гриффина, А. Замана, Г. Даулінга, О.Г. Деревянко, О.М. Ляшенко, Г.В. Козаченка, В.П. Пономарьова, О.С. Літвінова, В.М. Кузьомка, О.С. Корезіна, Ж-Ж. Ламбена, Ф.Х. Найта, Р.Дж. Олсопа, С.А. Пестрикова та багато інших.

Однак, незважаючи на особливу актуальність та специфічність репутаційного ризику, ряд принципово суттєвих теоретичних і методичних питань управління даним ризиком до сих пір повною мірою не вирішено. Ці причини зумовлюють необхідність вирішення сукупності завдань щодо встановлення, ідентифікації, оцінювання репутаційних ризиків підприємства і розробки інструментарію визначення їх впливу на його економічну безпеку.

Актуальність і значущість окреслених питань зумовили вибір теми, визначили мету, завдання, об'єкт, предмет і логіку дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано згідно плану науково-дослідних робіт кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за темами: «Економіка, організація та результативність діяльності підприємств» (державний реєстраційний номер 0106U001802), в межах якої особисто автором досліджено визначення та класифікацію репутаційних ризиків підприємства і «Теоретичні, науково-методичні та прикладні засади ефективності функціонування і розвитку підприємств» (державний реєстраційний номер

0111U002614), в межах якої автором досліджено методичний інструментарій оцінювання репутаційних ризиків підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування та поглиблення теоретичних і методичних підходів до управління репутаційними ризиками підприємства в системі його економічної безпеки, а також розробка практичних рекомендацій щодо оцінювання впливу репутаційних ризиків суб'єкта господарювання на його економічну безпеку.

Для досягнення мети в роботі поставлено і вирішено такі наукові та прикладні завдання:

- узагальнити теоретичні засади визначення репутаційних ризиків підприємства в системі його економічної безпеки;
- здійснити аналіз сутності та узагальнити поняття «репутаційний ризик підприємства»;
- розвинути методичний інструментарій оцінювання репутаційних ризиків підприємства;
- ідентифікувати особливості розвитку підприємств українського ринку безалкогольних напоїв;
- здійснити оцінювання репутаційних ризиків та економічної безпеки підприємств ринку безалкогольних напоїв;
- визначити технологію оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на засадах системно-функціонального та процесного підходів;
- здійснити практичне впровадження розроблених рекомендацій щодо визначення впливу репутаційних ризиків підприємств на їх економічну безпеку на ринку безалкогольних напоїв.

Об'єктом дослідження є процеси управління репутаційними ризиками підприємства в сучасних умовах господарювання.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів щодо визначення впливу репутаційних ризиків на економічну безпеку підприємства.

Методи дослідження. В основу дослідження покладено систему загальнонаукових і спеціальних методів наукового пізнання, а також сукупність гносеологічних підходів, використання яких зумовлено поставленою метою та завданнями дослідження. При розгляді основних понять і категорій, що формують теоретичний базис дослідження, використано методи теоретичного узагальнення, аналогії та абстрактно-логічні методи. У роботі використано системний підхід і структурно-логічний аналіз (при побудові логічної структури дисертаційної роботи), методи експертних оцінок (при оцінюванні репутаційних ризиків підприємства; дослідженні цінностей зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів підприємства), методи аналогії (при формулюванні гіпотези щодо існування впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку), методи теорії ймовірностей і математичної статистики (при оцінюванні впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку), методи фінансового аналізу (при оцінюванні економічної безпеки підприємства), логічний аналіз (при побудові матриці «Економічна безпека підприємства – репутаційний ризик підприємства»; при формуванні вербальної моделі програми управлінських заходів), порівняльний

аналіз (у процесі аналізу українського ринку безалкогольних напоїв; при порівнянні значущості впливу матеріальних і нематеріальних чинників на економічну безпеку підприємства).

Інформаційну базу дослідження складають нормативно-законодавчі акти, дані Державної служби статистики України, монографії, наукові статті вітчизняних і зарубіжних вчених у межах досліджуваного проблемного поля, фахові наукові журнали, тези доповідей, тематичні дослідження, дані аналітичних і рейтингових агенцій, звіти міжнародних організацій, експертні оцінки, фінансова та управлінська звітність підприємств, дані офіційних сайтів у мережі Інтернет, а також результати власних досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в узагальненні теоретичних положень та розробці методичних підходів до управління репутаційними ризиками підприємства з метою мінімізації їх впливу на його економічну безпеку.

Найсуттєвішими результатами дослідження, що формують наукову новизну і виносяться на захист, є такі:

вперше:

- оцінювання репутаційних ризиків підприємства здійснено за допомогою розробленого методичного інструментарію, який базується на засадах системно-функціонального та процесного підходів і окреслює синергетичні контури впливу ризикоутворюючих факторів на цільові групи стейкхолдерів у репутаційній матриці підприємства, а також дозволяє визначити інтегральний показник рівня репутаційного ризику суб'єкта господарювання та обрати способи управління ним;

удосконалено:

- класифікацію репутаційних ризиків підприємства шляхом уведення ознаки «сфера виникнення ризиків», що дозволяє ідентифікувати напрями і наслідки їх впливу на економічну безпеку підприємства з огляду на чинники його внутрішнього та зовнішнього середовища;

- процедуру встановлення рівнів репутаційних ризиків за діапазонами їх інтегрального показника з виокремленням низького, помірного, середнього, критичного, граничного та неприпустимого рівнів, що дозволяє обґрунтовувати цільові управлінські дії щодо їх оптимізації суб'єктом господарювання;

- технологію оцінювання впливу репутаційних ризиків на економічну безпеку підприємства, що, на відміну від існуючих, дозволяє поєднати фінансові й нефінансові індикатори та побудувати діагностичну карту, яка уможливорює визначення потреби в реактивному чи проактивному управлінні репутаційними ризиками підприємства;

набули подальшого розвитку:

- понятійно-категоріальний апарат дослідження репутаційних ризиків підприємства на основі теорії зацікавлених осіб, що дозволило систематизувати ризикоутворюючі фактори впливу на його репутацію та виявити щільність перетину цінностей внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів;

- методичні засади визначення характеру та мультиплікатора впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку задля встановлення стохастичних зв'язків прямого, нейтрального та оберненого впливу й визначення необхідних і достатніх умов формування таких зв'язків;

- принципи та підходи до стратегічного управління репутаційними ризиками підприємства в розрізі співпраці із ключовими стейкхолдерами, що, на відміну від існуючих, включають запропонований організаційно-управлінський і маркетинговий інструментарій і дозволяють досягти бажаний рівень економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Практичне значення одержаних результатів. Основні наукові положення дисертації доведено до рівня методичних розробок, що дозволяє використати їх у практиці управління репутаційними ризиками на підприємствах із виробництва безалкогольних напоїв та інших підприємствах промислового комплексу України.

Прикладні рекомендації призначені для широкого застосування на вітчизняних підприємствах, незалежно від характеру їх діяльності, форм власності чи розмірів. Практична значущість теоретичних, методичних і науково-прикладних результатів дослідження підтверджується їх використанням у діяльності підприємств і організацій, зокрема: керівництвом ПрАТ «Київський завод безалкогольних напоїв «Росинка» прийнято пропозиції щодо застосування методичного інструментарію оцінювання репутаційних ризиків підприємства при формуванні стратегії його розвитку (довідка № 584 від 22.08.2016 р.); у діяльності ТОВ «Паблік Рілейшнз Сервіс» упроваджено пропозиції щодо застосування моделі оцінювання впливу репутаційних ризиків на економічну безпеку підприємства при розробці та реалізації стратегії його просування на ринку (довідка №1/12-1 від 01.12.2016 р.); Всеукраїнською ГО «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю» прийняті пропозиції щодо необхідності оцінювання та управління репутаційними ризиками при формуванні стратегії управління ними у процесі розробки дієвого інформаційно-методичного механізму підтримки діяльності членів організації у галузі зв'язків із громадськістю (довідка №1 від 01.12.2016 р.); керівництвом ПАТ «Оболонь» прийняті пропозиції щодо застосування методичного інструментарію оцінювання репутаційних ризиків підприємства при формуванні стратегії управління такими ризиками (довідка №133 від 22.12.2016 р.).

Ключові положення і результати дослідження використані в навчальному процесі ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» при викладанні дисциплін «Підприємництво і бізнес-культура», «Інноваційний розвиток підприємства», «Економічна безпека бізнесу» (довідка від 20.09.2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаним науковим дослідженням. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, що містяться в роботі, отримано автором самостійно в наукових працях, опублікованих у співавторстві, використано лише ті ідеї і положення, які є результатом особистих досліджень автора.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертації доповідалися та обговорювалися на всеукраїнських і міжнародних наукових і науково-практичних конференціях: «Стратегія підприємства в контексті підвищення його конкурентоспроможності» (м. Донецьк, 2012 р.); «Економічні проблеми сталого розвитку» (м. Суми, 2012 р.); «Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок» (м. Львів, 2012 р.); «Економіка підприємства: теорія та практика» (м. Київ, 2012 р., 2014 р., 2016 р.);

«Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 2012 р., 2016 р.); «Стратегія підприємства: результативність за умов системних трансформацій» (м. Київ, 2015 р.); «Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку» (м. Київ, 2016 р.).

Публікації. Основні результати і висновки дисертаційної роботи опубліковано у 17 наукових працях загальним обсягом 5,4 д.а., з них: 1 – колективна монографія, 4 статті – у наукових фахових виданнях, 1 стаття – у науковому фаховому виданні України, яке зареєстровано у міжнародних наукометричних базах, 1 стаття – у зарубіжному виданні, 10 публікацій – в інших виданнях.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний обсяг роботи становить 176 сторінок друкованого тексту. Дисертація містить 52 таблиці на 38 сторінках, 30 рисунків на 16 сторінках, 8 додатків на 23 сторінках. Список використаних джерел містить 185 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету і завдання, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, висвітлено наукову новизну та практичну значущість отриманих результатів, наведено відомості про їх апробацію.

У розділі 1 «**Концептуальні засади визначення репутаційних ризиків у системі економічної безпеки підприємства**» досліджена сутність та особливості прояву репутаційних ризиків підприємства; ідентифіковано взаємозв'язок репутаційних ризиків та економічної безпеки підприємства; розроблено методичний інструментарій оцінювання репутаційних ризиків підприємства.

За сучасних умов господарювання, в теорії і практиці ризик-менеджменту репутаційному ризику не приділяється належної уваги: він недостатньо вивчений і практично ніяк не керований, тому недооцінюється або ігнорується топ-менеджментом підприємств різних галузей економіки. Однак у сучасних жорстких висококонкурентних ринкових умовах господарювання, саме репутаційний ризик серед нефінансових ризиків набуває все більшого значення, адже його недооцінка чи ігнорування можуть призвести до згубних, а іноді і катастрофічних для підприємства наслідків.

Проведений в дисертації аналіз поняття «репутаційний ризик» виявив неоднозначність його тлумачення в нормативних документах і науковій літературі та відсутність чіткого визначення. Комплексний підхід до аналізу репутаційного ризику дозволив виокремити особливості його прояву, причини посилення, наслідки впливу та сформулювати авторське визначення, що уточнює його економічну сутність. На наш погляд, репутаційний ризик – це можливість втрати ділової репутації підприємства (повної або часткової) внаслідок дії різних зовнішніх і внутрішніх факторів, що спричиняє зниження довіри зацікавлених сторін і посилюється при виявленні порушень, які, за очікуваннями цих сторін, відобразяться на їх економічних інтересах.

Найбільш загальне розуміння видів репутаційних ризиків надає їх класифікація за сферою виникнення на зовнішні і внутрішні. Це дозволило ідентифікувати напрями і наслідки їх впливу на економічну безпеку підприємства з огляду на чинники внутрішнього та зовнішнього середовища. До зовнішніх репутаційних ризиків відносяться такі події, які відбуваються у зовнішньому середовищі підприємства і безпосередньо від нього не залежать, але впливають на його репутацію. Внутрішні репутаційні ризики безпосередньо пов'язані з діяльністю співробітників підприємства або з їх висловлюваннями.

На практиці можливості подальшої інтенсифікації використання матеріальних активів підприємства поступово сходять нанівець, тому його менеджмент шукає інші шляхи досягнення оптимальної результативності своєї діяльності на ринку, захисту від зовнішніх та внутрішніх загроз (особливо за умов кризи), досягнення інтенсивності сталого розвитку, належного стану економічної безпеки та ін. Великою мірою можливості підприємства досягти успіху на ринку залежать від уміння використовувати свої переваги та досягнення. Оскільки дії підприємства завжди оцінюються його стейкхолдерами, а стан економічної безпеки залежить від результативності його співпраці з ними, то репутаційні ризики підприємства можуть безпосередньо впливати на його економічну безпеку.

Спираючись на проведені дослідження, в роботі були визначені чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на економічну безпеку підприємства. Було виявлено, що репутаційний ризик є чинником, який входить до складу більшості як зовнішніх так і внутрішніх чинників, що впливають на економічну безпеку підприємства. Це дозволило визначити передумови впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку.

Таким чином можна стверджувати, що за сучасних умов господарювання не враховувати даний вид ризику просто небезпечно, і менеджменту підприємств необхідно ефективно та професійно здійснювати управління репутаційними ризиками. Виходячи з цього, існує об'єктивна необхідність у розробці методичного інструментарію оцінювання репутаційних ризиків підприємства, який має містити набір достатніх та необхідних критеріїв, показників та процедур. У дослідженні автором запропоновано відповідний алгоритм оцінювання репутаційних ризиків підприємства (рис.1).

В дослідженні рівень репутаційного ризику трактується як показник, значення якого характеризує рівень загрози можливих втрат для даного суб'єкта при здійсненні певного виду діяльності. При комплексній оцінці рівня репутаційного ризику доцільним буде виражати його рівень умовним показником – інтегральним показником рівня репутаційного ризику. У запропонованій структурно-логічній схемі оцінювання репутаційних ризиків підприємства, визначення його інтегрального показника ґрунтується на оцінці ступеня ризиків, які генеруються вихідними параметрами включених до неї змінних та їх можливими коливаннями під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Запропонований методичний інструментарій оцінювання репутаційних ризиків підприємства дозволяє проводити комплексну їх оцінку і може слугувати основою для прийняття управлінських рішень щодо вибору стратегії управління такими ризиками.

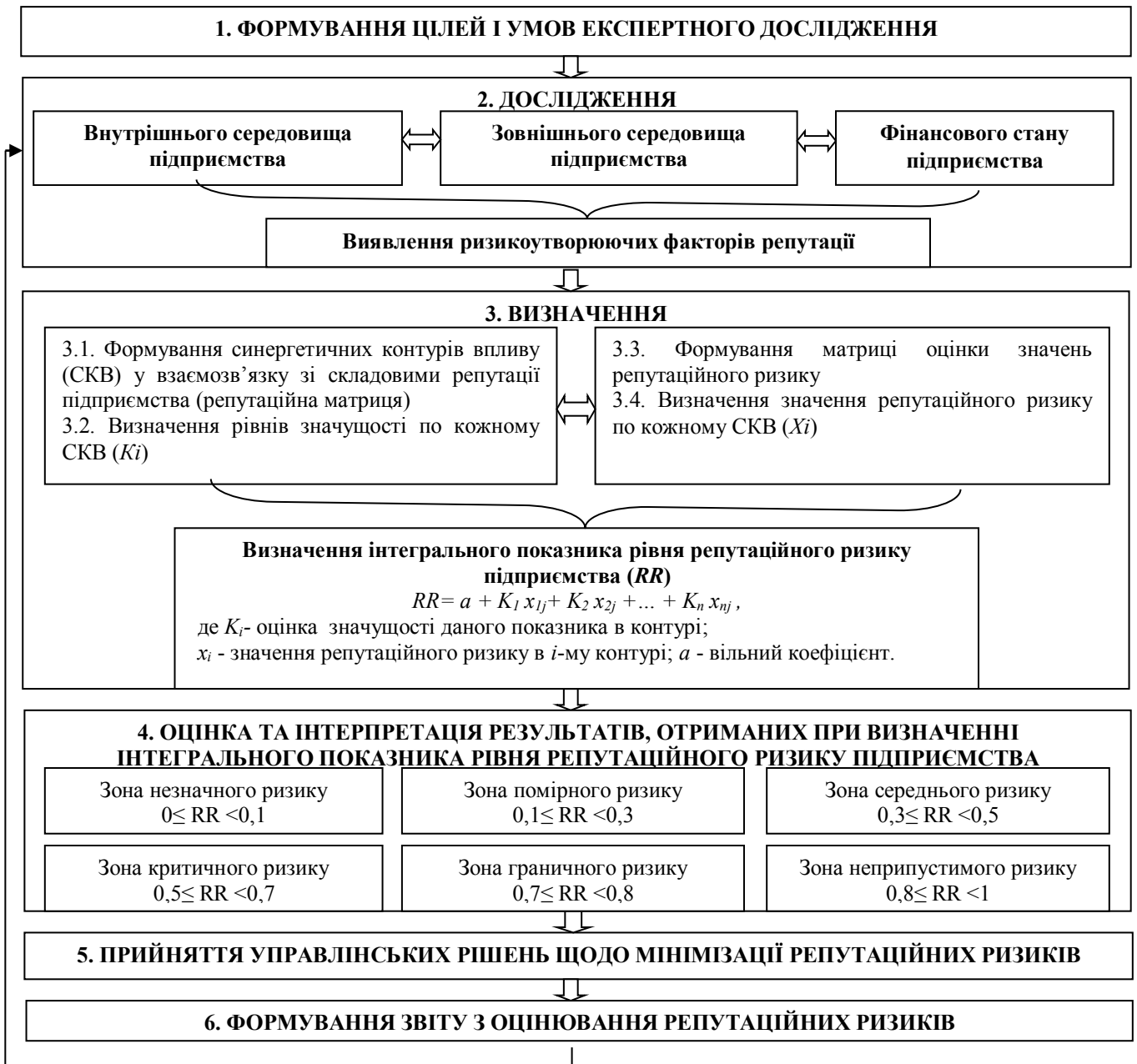


Рис.1. Структурно-логічна схема оцінювання репутаційних ризиків підприємства
Джерело: розроблено автором

У розділі 2 «Компаративний аналіз репутаційних ризиків та економічної безпеки українських виробників безалкогольних напоїв» проведено моніторинг результативності діяльності українських виробників безалкогольних напоїв; здійснено оцінювання репутаційних ризиків досліджуваних підприємств та визначено їх рівень економічної безпеки.

Ринок безалкогольних напоїв, на відміну від інших вітчизняних ринків, має сприятливі перспективи для свого розвитку. Україна має різноманітний та потужний ресурсний потенціал. Але, упродовж кількох останніх років український ринок безалкогольних напоїв демонструє спад. Складне становище української економіки, девальвація національної валюти, розрив економічних відносин із країнами СНД (насамперед з РФ, на яку припадало до 30% експорту), анексія територій та військовий конфлікт упродовж 2014-2016 рр. радикально ускладнили діяльність українських виробників і вдруге поспіль за останні 10 років (вперше після світової

фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр.) поставили їх перед необхідністю виживання. Таким чином, за весь досліджуваний період обсяг виробництва солодкої газованої води на території України зменшився на 21%. Згідно даних Держстату, український ринок мінеральних вод та інших безалкогольних напоїв у 2015 році був представлений 769 підприємствами.

Процес управління репутаційними ризиками, згідно його сучасного розуміння, має нелінійний характер, тому дослідження діяльності лідерів українських виробників безалкогольних напоїв (всього в роботі досліджено 55 найбільших підприємств) буде відображено в їх конкурентних і фінансово-економічних позиціях. Відповідно до цього в роботі проведено бенчмаркінгове порівняння за критеріями, які враховують техніко-економічні особливості галузі, зокрема капітало- та матеріаломісткий характер виробничих процесів, стан і структуру активів, рівень доданої вартості та фінансові результати (табл. 1).

Таблиця 1

Результати бенчмаркінгового порівняння основних економічних показників діяльності українських виробників безалкогольних напоїв у 2012-2015 рр.

Рік	Показник Середнє значення по	Виручка від реалізації, млн.грн	Рентабельність/збитковість продукції за чистим прибутком, %	Рентабельність/збитковість продукції за EBITDA, %	Коефіцієнт маржинального доходу, %	Додана вартість на 1грн. реалізованої продукції, коп.	Частка матеріальних витрат у структурі витрат, %	Знос основних активів, %	Частка нематеріальних активів у загальній вартості активів, %	Частка основних активів у загальній вартості активів, %
2012	25 підприємствам	768,3	15,6	13,7	14,3	0,17	60,2	65,3	0,74	53,4
	55 підприємствам	524,6	7,1	10,6	11,2	0,12	62,4	63,1	0,62	50,1
	Найкраще значення	930,2	57,2	72,8	51,4	0,74	25,7	5,7	6,81	77,4
2013	25 підприємствам	866,5	12,4	11,5	13,8	0,18	61,5	67,6	0,69	55,1
	55 підприємствам	561,1	4,7	9,4	10,1	0,16	64,1	65,8	0,53	50,3
	Найкраще значення	1153,4	55,4	57,3	49,3	0,79	22,4	7,9	4,52	69,7
2014	25 підприємствам	868,1	3,2	7,2	15,2	0,04	58,8	71,4	0,57	54,2
	55 підприємствам	472,3	-3,4	2,8	12,8	-0,01	59,5	70,5	0,47	48,4
	Найкраще значення	1268,7	54,8	56,1	54,6	0,51	21,7	10,6	3,72	70,1
2015	25 підприємствам	886,4	6,5	7,8	16,3	0,09	57,3	75,3	0,66	50,7
	55 підприємствам	432,7	-1,7	1,3	13,2	0,02	59,2	72,8	0,58	47,2
	Найкраще значення	1281,4	56,5	59,7	58,4	0,57	22,4	12,3	4,78	72,4

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємств

За результатами проведеного аналізу виявлено, що ринок безалкогольних напоїв – це один із найпривабливіших секторів економіки, який у всьому світі вважається високоприбутковим бізнесом, але в Україні спостерігається тенденція зниження обсягів виробництва, що негативно відображається на показниках економічної ефективності досліджуваних підприємств.

Результати дослідження довели, що лідерами українського ринку по виробництву безалкогольної продукції є великі компанії, як іноземні, так і вітчизняні, які вийшли за межі національного ринку. Так, лідерами галузі у 2015 році стали такі підприємства, як ТОВ «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед», ТОВ «ПепсіКо Фудс Юкрейн», ПАТ «Оболонь», ПрАТ «КЗБН «Росинка», ЗАТ «Ерлан», які і були обрані в якості підприємств-респондентів для дослідження.

Відповідно до розробленого методичного інструментарію оцінювання репутаційних ризиків, було сформовано проблемне поле управління такими

ризиками на підприємствах українського ринку безалкогольних напоїв; виділені та конкретизовані ризикоутворюючі фактори (РУФ) репутації, які систематизовані у взаємозв'язку з ключовими складовими репутації. Репутаційні РУФ згруповані в синергетичні контури впливу (сукупність процесів, керованих топ-менеджментом підприємства, зусилля якого спрямовані на вплив на найбільш важливі репутаційні ризикоутворюючі фактори). Запропоновано виділяти 5 контурів: К1 – етика у відносинах із зовнішніми партнерами, К2 – корпоративне управління, К3 – репутація топ-менеджерів, К4 – якість продукції та послуг, К5 – ефективність менеджменту, що дозволяє розглядати репутаційні ризики по кожному процесу управління.

Розроблена репутаційна матриця підприємств ринку безалкогольних напоїв (БАН), що відображає сприйняття репутації відповідних підприємств-виробників різними групами стейкхолдерів, дозволила систематизувати репутаційні РУФ, згруповані в синергетичні контури впливу. При формуванні репутаційної матриці були використані та агреговані висновки експертних досліджень, проведених Міжнародною консалтинговою компанією Reputation Institute. Дані репутаційної матриці покладені в основу розрахунку інтегрального показника рівня репутаційного ризику (RR). Його розрахунок здійснено за допомогою регресійного аналізу. Для підприємств ринку безалкогольних напоїв України інтегральний показник рівня репутаційного ризику буде мати наступний вигляд (формула 1):

$$RR = 0,167x_1 + 0,224x_2 + 0,209x_3 + 0,188x_4 + 0,212x_5, \quad (1)$$

де x_i - значення репутаційного ризику в i -му контурі.

Розроблений методичний інструментарій оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства дозволяє, шляхом визначення його інтегрального показника, порівняти отримані результати з еталонними показниками та сформулювати стратегію подальших дій по управлінню такими ризиками на рівні підприємства. Апробацію запропонованого методичного інструментарію здійснено за аналітичними матеріалами досліджуваних підприємств: ТОВ «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед», ТОВ «ПепсіКо Фудс Юкрейн», ПАТ «Оболонь», ПрАТ «КЗБН «Росинка», ЗАТ «Ерлан». Результати проведених досліджень щодо визначення інтегральних показників рівня репутаційного ризику для досліджуваних підприємств подано в таблиці 2.

Відповідно до отриманих результатів у роботі було побудовано стратегічні профілі управління репутаційними ризиками досліджених підприємств у вигляді п'ятикритеріальної моделі. Вона дозволяє візуально визначити сильні позиції та напрямки для вдосконалення по кожному синергетичному контуру їх впливу (табл.2).

Рівень економічної безпеки підприємства в роботі оцінюється за її модельним поданням, що спирається на обов'язковість раціональної поведінки підприємства на ринку. Міра такої раціональності визначається шляхом співвіднесення здійснюваних ним економічних дій з отриманим результатом. При цьому передбачається, що в процесі ухвалення конкретного управлінського рішення відкидаються всі можливі альтернативи, крім тієї, що найбільше відповідає досягненню поставленої мети за критерієм граничної корисності. Різниця між раціональною та реальною поведінкою підприємства показує міру нераціональності такої поведінки. У роботі прийнято, що

рівень економічної безпеки є низьким, якщо $I_{ebp} \leq 0,3$; середнім, якщо $0,3 < I_{ebp} \leq 0,7$; високим, якщо $0,7 \leq I_{ebp} \leq 1$.

Таблиця 2

Зведена таблиця інтегральних показників рівнів репутаційного ризику для підприємств-виробників БАН (2012-2015рр.)

Підприємство	Рік	Інтегральний рівень репутаційного ризику (RR)	Інтерпретація значення RR	Стратегічні профілі управління досліджуваних підприємств (2015 рік)
ПАТ «Оболонь»	2012 р.	0,51	критичний	
	2013 р.	0,52	критичний	
	2014 р.	0,45	середній	
	2015 р.	0,48	середній	
ЗАТ «Ерлан»	2012 р.	0,47	середній	
	2013 р.	0,49	середній	
	2014 р.	0,51	критичний	
	2015 р.	0,55	критичний	
ПрАТ «КЗБН «Росинка»	2012 р.	0,47	середній	
	2013 р.	0,51	критичний	
	2014 р.	0,49	середній	
	2015 р.	0,53	критичний	
ТОВ «ПелсіКо Фудс Юкрейн»	2012 р.	0,34	середній	
	2013 р.	0,31	середній	
	2014 р.	0,27	помірний	
	2015 р.	0,28	помірний	
ТОВ «Кока Кола Беведріджиз Україна Лімтед»	2012 р.	0,32	середній	
	2013 р.	0,31	середній	
	2014 р.	0,26	помірний	
	2015 р.	0,27	помірний	

Джерело: розраховано автором на основі розробленого методичного інструментарію

У табл. 3 представлено результати проведеного оцінювання рівня економічної безпеки досліджуваних підприємств.

Таблиця 3

Рівень економічної безпеки підприємств-респондентів дослідження

Рік	ПАТ «Оболонь»	ПрАТ «КЗБН «Росинка»»	ЗАТ «Ерлан»	ТОВ «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед»	ТОВ «ПепсіКо Фудс Юкрейн»
	I_{ebp}	I_{ebp}	I_{ebp}	I_{ebp}	I_{ebp}
2012	0,79	0,79	0,77	0,80	0,75
2013	0,77	0,65	0,09	0,81	0,81
2014	0,76	0,45	0	0,82	0,87
2015	0,80	0,21	0	0,82	0,88

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємств

Визначення рівнів репутаційного ризику підприємств і їх економічної безпеки є першим кроком до оцінювання впливу такого виду ризиків на їх економічну безпеку. Очевидно, що таке оцінювання має бути певним чином упорядковане та містити набір процедур, прийомів, методів та враховувати конкретні умови діяльності підприємств на конкретному ринку.

У розділі 3 «Прогнозування впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку» запропоновано технологію оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку; ідентифіковано такий вплив на прикладі підприємств українського ринку безалкогольних напоїв; розроблено програму управлінських заходів по оптимізації репутаційних ризиків для досліджуваних підприємств.

На рис. 2 наведено технологію оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку, яка складається з трьох етапів: підготовчого, основного та коригуючого. На підготовчому етапі здійснюється кількісна оцінка рівнів репутаційного ризику та економічної безпеки. На другому (основному) етапі встановлюється статистична залежність між репутаційним ризиком підприємства та його економічною безпекою й визначається ступінь суттєвості такого впливу. На третьому (коригуючому) етапі відбувається аналіз та інтерпретація отриманих результатів у вигляді побудови матриці «Економічна безпека підприємства – репутаційний ризик підприємства» та формується програма управлінських заходів по оптимізації репутаційних ризиків підприємства задля забезпечення високого рівня його економічної безпеки.

Дослідження характеру та сили впливу рівня репутаційного ризику підприємства на рівень його економічної безпеки, а також порівняння сили такого впливу із впливом на рівень економічної безпеки інших її впливових чинників (передусім, фінансової незалежності та платоспроможності) здійснюється шляхом доведення існування статистичного зв'язку між досліджуваними змінними з використанням критерію Пірсона і проведенням кореляційного аналізу для визначення тісноти та напряму зв'язку між цими змінними.

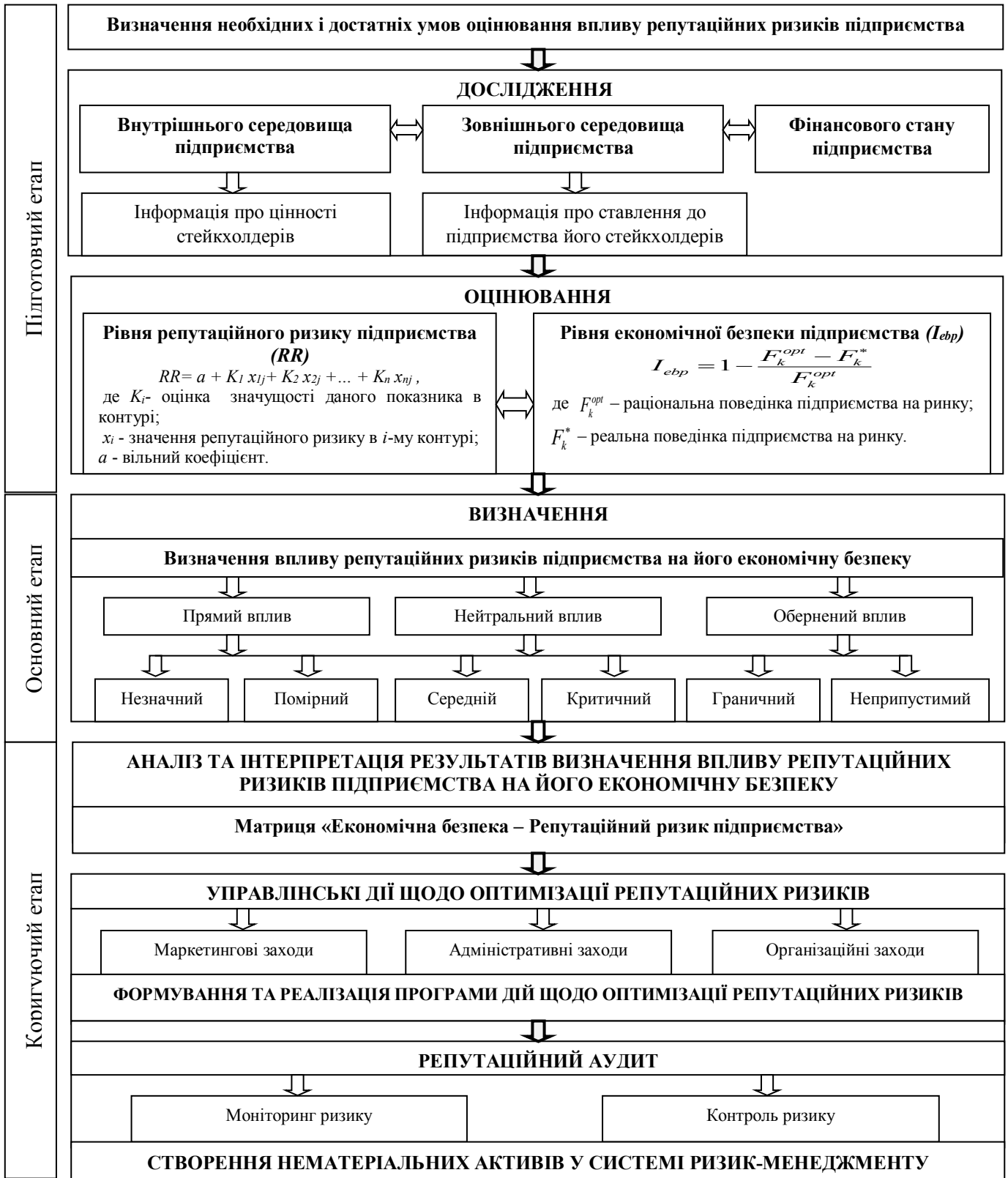


Рис. 2. Технологія оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку

Джерело: удосконалено автором

Для аналізу впливу репутаційних ризиків підприємства на їх економічну безпеку запропоновано скласти матрицю «Економічна безпека підприємства – репутаційний ризик підприємства», використання якої дозволяє отримати характеристику його поточного положення на ринку та надає підстави менеджменту обирати стратегії залежно від того, до якої зони матриці воно попадає і від ступеня задоволеності підприємства таким станом. Процес прийняття рішення щодо вибору

стратегії розвитку спирається на розроблений інструментарій формування програми управлінських заходів по оптимізації репутаційних ризиків підприємства, а саме, на маркетинговий, адміністративний та організаційний. Використання розробленого інструментарію є основою для прийняття підприємством рішення щодо вибору реактивного чи проактивного підходу до управління репутаційними ризиками.

Апробацію даної технології оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку було здійснено на досліджуваних автором підприємствах. Відповідно до результатів проведеного дослідження, головним висновком є підтвердження існування зв'язку між рівнем репутаційного ризику досліджуваних підприємств та рівнем їх економічної безпеки. Відзначимо, що його вплив на рівень їх економічної безпеки є істотним та оберненим, що обґрунтовано шляхом визначення критерію перевірки гіпотез Пірсона та коефіцієнта взаємної спряженості Чупрова.

Для прогнозування майбутнього стану досліджуваних підприємств було використано метод екстраполяції тренду, що дозволило з'ясувати не випадковість отриманих результатів оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку (рис. 3).

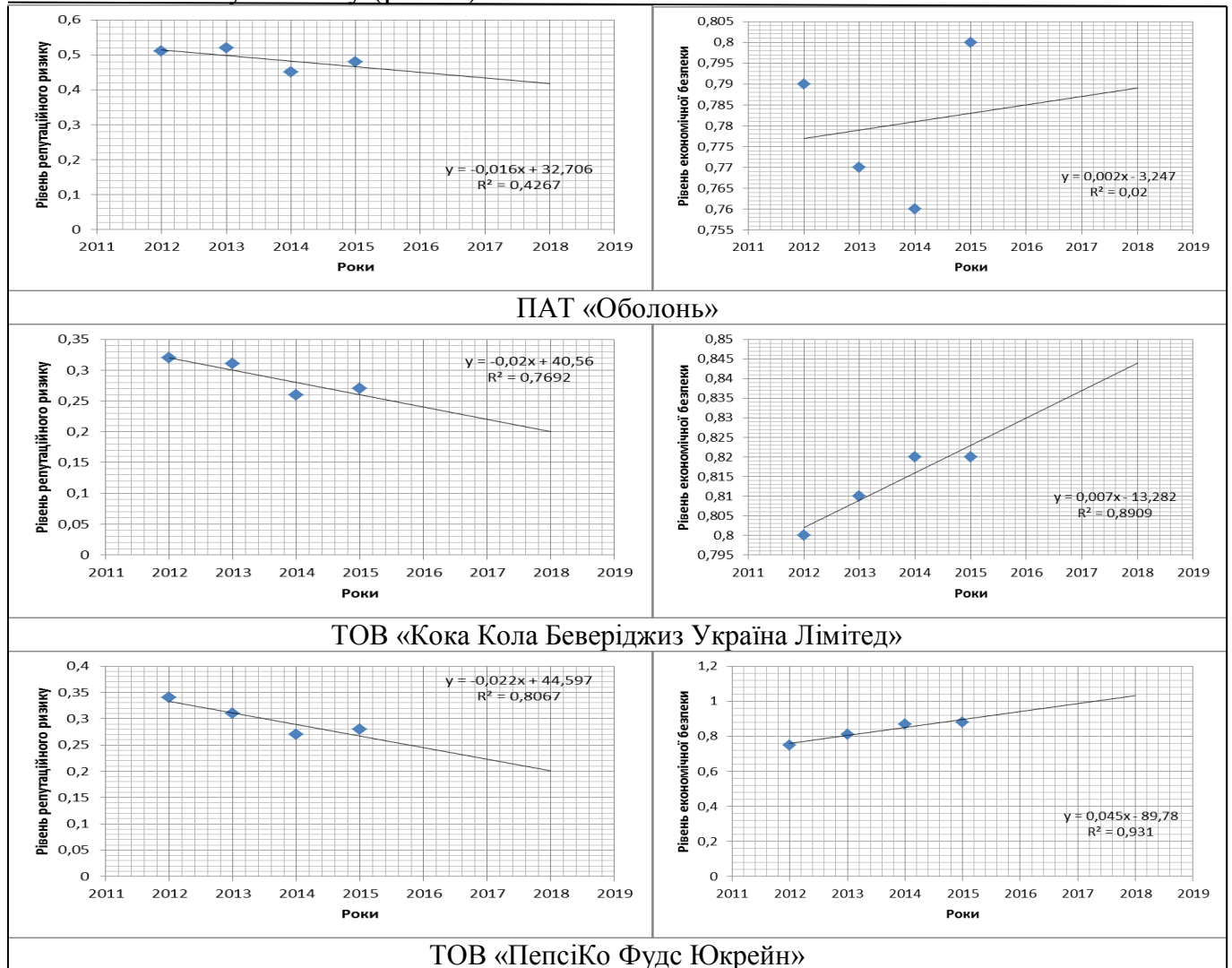


Рис. 3. Прогнозні тренди по рівнях репутаційного ризику та економічної безпеки досліджуваних підприємств

Джерело: розраховано автором

Запропонована в роботі технологія такого оцінювання дозволяє підприємствам отримувати додаткові переваги. Результатом її практичного використання є досягнення ними стану економічної безпеки у довгостроковому періоді. За умов дотримання наведених в роботі рекомендацій у вигляді запропонованих стратегій забезпечення економічної безпеки, їх використання дозволить підприємствам досягти поставлених цілей, застосовуючи розроблений управлінський інструментарій, та враховуючи специфіку і розмір підприємства, стадію його життєвого циклу, зміни ситуації на ринку і т.д.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено актуальне науково-практичне завдання з поглиблення теоретичних основ управління репутаційними ризиками підприємства в системі його економічної безпеки та розробки практичних рекомендацій щодо оцінювання впливу репутаційних ризиків суб'єкта господарювання на його економічну безпеку.

1. Існування ризику є системним й істотним фактором, який по-різному позначається на результатах діяльності суб'єктів господарювання, економіки галузей і промислових комплексів у цілому. У ринковій економіці об'єктивно існують різноманітні ризики, у тому числі ризики присутні і в більшості сфер діяльності підприємства. Особливе місце займають репутаційні ризики, які, за сучасних умов господарювання, набувають все більшого значення. Так, дослідження, які провели компанії «Ернст енд Янг» та Oxford Analitica, довели, що в умовах економічної нестабільності в рейтингу ризиків, які мають вагомий вплив на найбільшу кількість секторів економіки, репутаційні ризики піднялися на 12 позицій (з 22-го місця до 10). Саме тому формування позитивного іміджу та доброї репутації стають визначальними в ринковому середовищі, забезпечуючи підприємству високий суспільний рейтинг і фінансовий успіх.

2. Сучасний стан наукового дискурсу охоплює різні підходи до визначення сутності репутаційного ризику, що відбилося на неоднозначності його тлумачення в нормативних документах і науковій літературі. Комплексний підхід до аналізу репутаційного ризику дозволив виокремити особливості його прояву, причини посилення, наслідки впливу та сформулювати авторське визначення репутаційного ризику, що уточнює його економічну сутність. В дисертаційній роботі, репутаційний ризик трактується як можливість втрати ділової репутації підприємства (повної або часткової) внаслідок дії різних зовнішніх і внутрішніх факторів, що спричиняє зниження довіри зацікавлених сторін і посилюється при виявленні порушень, які, за очікуваннями цих сторін, відобразяться на їх економічних інтересах.

3. Існування різноманітних підходів до визначення репутаційного ризику спричинило появу чималої кількості різних як в методичному, так і в інструментальному аспекті методів його оцінювання, які не мають системного та комплексного характеру. Існуючі методи кількісної оцінки репутаційного ризику можна поділити на дві групи: апріорні – ґрунтуються на теоретичних положеннях та формують вимоги, що стосуються результатів прийнятих управлінських рішень; емпіричні – ґрунтуються на вивченні минулих подій та опрацюванні інформації, зокрема статистичної. Аналіз загальних підходів до оцінки ризику довів, що

відсутність єдності думок щодо оцінювання репутаційного ризику підприємства унеможливорює процес управління ним. Тому запропонований в роботі методичний інструментарій оцінки репутаційного ризику підприємства, який базується на засадах системно-функціонального та процесного підходів і окреслює синергетичні контури впливу ризикуутворюючих факторів з огляду на цільові групи стейкхолдерів в репутаційній матриці підприємства, дозволяє визначити інтегральний показник рівня репутаційного ризику суб'єкта господарювання та слугувати основою для побудови системи управління даним ризиком на підприємстві.

4. Економічна наука і практика господарювання досі не виробили єдиних концептуальних основ і методичних підходів до управління репутаційним ризиком, до побудови системи управління даним видом ризику на підприємстві. У зв'язку з цим, зміст процесу управління репутаційним ризиком не визначений і в повному обсязі не розкритий, а сам процес управління ним неструктурований. Тому уточнені та конкретизовані в роботі принципи і механізми управління репутаційними ризиками підприємства дозволили розробити інструментарій для формування програми управлінських заходів по їх оптимізації: маркетинговий, адміністративний та організаційний. Використання розробленого інструментарію є основою для прийняття менеджментом підприємства рішення щодо вибору реактивного чи проактивного підходу до управління репутаційними ризиками.

5. Дослідження особливостей функціонування лідерів ринку безалкогольних напоїв в Україні показало, що динаміка їх діяльності відображає вплив зовнішніх несприятливих чинників та акумульованих негативних характеристик галузі. Так, фінансовий стан провідних виробників у 2012-2014 рр. погіршувався, підприємства мали мінімальні значення прибутковості або були збитковими. Низькі значення мали показники маржинального доходу та доданої вартості на 1 грн. реалізованої продукції. Капітало- і матеріаломісткий характер їх діяльності відображається домінуванням основних активів із високим рівнем зношеності в їх загальній структурі та матеріальних витрат у структурі собівартості на тлі вкрай низьких значень частки нематеріальних активів. Загалом це свідчить про те, що ринок безалкогольних напоїв, який у всьому світі розглядається, як один із найпривабливіших секторів для інвестицій і вважається високоприбутковим бізнесом, в Україні не забезпечує високу ефективність, не випускає високомаржинальні товари і не здійснює виробництво продукції з високим рівнем доданої вартості.

6. Дослідивши існуючі методики оцінки рівня економічної безпеки підприємства, було з'ясовано їх переваги та недоліки. Основним недоліком таких методик є складність у використанні та неможливість їх застосування в динаміці. На підставі цього в роботі було запропоновано використовувати методику оцінки рівня економічної безпеки підприємства, сутність якої полягає у визначенні величини недоотриманого прибутку, яка є прямим наслідком ступеню раціональності поведінки підприємства на ринку. Представлена методика дозволяє не лише оцінити поточний рівень економічної безпеки підприємства, але й дослідити, якою повинна бути його поведінка на ринку для того, щоб підприємство знаходилося у стані економічної безпеки.

7. Технологія оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку є складним процесом, тому потребує дотримання певної ітераційності. В роботі було запропоновано технологію оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку, яка складається з трьох етапів: підготовчого, основного та коригуючого. На підготовчому етапі здійснюється кількісна оцінка рівнів репутаційного ризику та економічної безпеки. На другому (основному) етапі встановлюється статистична залежність між репутаційним ризиком підприємства та його економічною безпекою і визначається ступінь суттєвості такого впливу. На третьому (коригуючому) етапі відбувається аналіз та інтерпретація отриманих результатів і формується програма управлінських заходів по оптимізації репутаційних ризиків підприємства задля забезпечення високого рівня його економічної безпеки. Використання менеджментом підприємства запропонованої технології оцінювання такого впливу є важливим кроком для досягнення бажаного стану економічної безпеки.

8. Результати апробації розроблених рекомендацій щодо оцінювання рівня репутаційного ризику та визначення його впливу на рівень економічної безпеки підприємства здійснено на ТОВ «Кока Кола Беверіджиз Україна Лімітед», ТОВ «ПепсіКо Фудс Юкрейн», ПАТ «Оболонь», ПрАТ «КЗБН «Росинка», ЗАТ «Ерлан» та дозволяє підприємствам отримувати додаткові переваги у довгостроковому періоді за умови дотримання розроблених рекомендацій.

СПИСОК ОБПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографія

1. Управління ефективністю функціонування і розвитку підприємств [моногр.] / Г. О. Швиданенко, І.М. Репіна, В.П. Кукоба [та ін.]. – К.: КНЕУ, 2016. – 399 с. (16,7 д.а., особисто автору – 0,4 д.а.: досліджено особливості репутаційних ризиків підприємств у контексті забезпечення їх економічної безпеки).

У наукових фахових виданнях:

2. Ковтун В.П. Компаративний аналіз ділової репутації підприємства / І.М. Репіна, В.П. Ковтун // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – Випуск 27, том 1. – С. 237-242. (0,6 д.а., особисто автору — 0,3 д.а.: запропоновано підходи до визначення категорії «ділова репутація підприємства»).

3. Ковтун В.П. Алгоритм аналізу репутаційних ризиків підприємства / В.П.Ковтун // Економічний аналіз: зб. наук. праць. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – Випуск 10, Ч. 4. – С. 170-174. (0,5 д.а.).

4. Ковтун В.П. Репутаційні ризики в системі ризик-менеджменту / В.П. Ковтун // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2012. – С. 184-191. (0,5 д.а.).

5. Ковтун В.П. Систематизація основних методів та підходів до управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2015. – Випуск 37. – С. 174-182. (0,6 д.а.).

У науковому фаховому виданні України, яке зареєстровано у міжнародних наукометричних базах:

6. Ковтун В.П. Репутаційні ризики підприємств ринку безалкогольних напоїв України / В.П. Ковтун // Бізнес-інформ (Ulrichsweb Global Serials Directory, Research Papers in Economics, РІНЦ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, Cite Factor, Academic Journals Database, Scientific Indexing Services, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, Get Info, Base, Info Base Index, Open AIRE, World Cat, SUNCAT Union Catalogue, COPAC Union Catalogue, Соціонет, Open Access Library, J-Gate, Академия Google, Research Bible). – 2016. – № 8. – С.168 – 173. (0,6 д.а.).

У зарубіжному виданні:

7. Ковтун В.П. Концептуальные основы определения влияния репутационных рисков предприятия на его экономическую безопасность / В.П. Ковтун // Современные фундаментальные и прикладные исследования. Международное научное издание. – Кисловодск: Изд-во УЦ «Магистр», 2012. – №4(7). – С. 122-126. (0,4 д.а.).

В інших наукових виданнях:

8. Ковтун В.П. Репутаційні ризики в системі управління підприємством / В.П. Ковтун // Стратегія підприємства в контексті підвищення його конкурентоспроможності: зб. матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Донецьк, 12-15 лютого 2012 р.). – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 189-191. (0,2 д.а.).

9. Ковтун В.П. Систематизація підходів до визначення ділової репутації підприємства / В.П. Ковтун // Економічні проблеми сталого розвитку: зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 3-5 квітня 2012 р.). – Суми: Сумський державний університет, 2012. – С. 83-84. (0,2 д.а.).

10. Ковтун В.П. Формування алгоритму управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок: зб. матер. IV міжнар. наук.-практ. відео-конф. (м. Львів, 23-24 травня 2012 р.). – Львів: Львівська політехніка, 2012. – С. 140-141. (0,2 д.а.).

11. Ковтун В.П. Теоретичні аспекти визначення репутаційних ризиків підприємства / В.П. Ковтун // Економіка підприємства: теорія та практика: зб. матер. IV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 12 жовтня 2012 р.). – К.: КНЕУ, 2012. – С. 293-297. (0,2 д.а.).

12. Ковтун В.П. Концептуальні засади визначення впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку / В.П. Ковтун // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: зб. матер. I міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 18-19 жовтня 2012 р.). – Одеса: Атлант, 2012. – С. 268-271. (0,2 д.а.).

13. Ковтун В.П. Систематизація ризикоутворюючих факторів репутаційних ризиків / В.П. Ковтун // Економіка підприємства: теорія та практика: зб. матер. V міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10 жовтня 2014 р.). – К.: КНЕУ, 2014. – С. 356-359. (0,2 д.а.).

14. Ковтун В.П. Підходи до управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Стратегія підприємства: результативність за умов системних трансформацій: зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19-20 листопада 2015 р.). – К.: КНЕУ, 2015. – С. 336-339. (0,2 д.а.).

15. Ковтун В.П. Репутаційний аудит: сучасний підхід до застосування / В.П. Ковтун // Інноваційне підприємництво: стан та перспективу розвитку: електронний додаток до матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 29-30 березня 2016 р.). – К.: КНЕУ, 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/19078>. (0,3 д. а.).

16. Ковтун В.П. Проблемне поле управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: зб. матер. V міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15-16 вересня 2016 р.). – Одеса: Атлант, 2016. – С. 328-330. (0,2 д.а.).

17. Ковтун В.П. Систематизація методів управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Економіка підприємства: теорія та практика: електронний додаток до матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 13 жовтня 2016 р.). – К.: КНЕУ, 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/13480>. (0,2 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Ковтун В.П. Репутаційні ризики та їх вплив на економічну безпеку підприємства (за матеріалами українських виробників безалкогольних напоїв). – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами

економічної діяльності). – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, 2017.

Дисертацію присвячено узагальненню та розвитку теоретичних положень, розробці новітніх методичних підходів до оцінювання та управління репутаційними ризиками підприємства.

В роботі обґрунтовано методичній інструментарій оцінювання репутаційних ризиків підприємства, який базується на засадах системно-функціонального та процесного підходів і окреслює синергетичні контури впливу ризикуотворюючих факторів з огляду на цільові групи стейкхолдерів у репутаційній матриці підприємства, а також дозволяє визначити інтегральний показник рівня репутаційного ризику суб'єкта господарювання та обрати способи управління ним. Уточнена класифікація репутаційних ризиків підприємства за рахунок уведення ознаки «сфера виникнення ризиків». Удосконалено градацію рівнів репутаційного ризику підприємства за діапазонами їх інтегрального показника та технологію оцінювання їх впливу на економічну безпеку підприємства. Це, на відміну від існуючих, дозволяє поєднати фінансові й нефінансові індикатори та побудувати діагностичну карту, яка уможливорює визначення потреби в реактивному чи проактивному управлінні репутаційними ризиками підприємства.

Здійснено компаративний аналіз репутаційних ризиків і економічної безпеки вітчизняних виробників безалкогольних напоїв. Адаптовано методичні засади визначення характеру та мультиплікатора впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку задля встановлення стохастичних зв'язків прямого, нейтрального та оберненого впливу й визначення необхідних і достатніх умов формування таких зв'язків.

Ключові слова: репутація, репутаційний ризик, економічна безпека, ризикуотворюючий фактор репутації, інтегральний показник рівня репутаційного ризику, реактивний підхід до управління репутаційним ризиком, проактивний підхід до управління репутаційним ризиком.

АННОТАЦІЯ

Ковтун В.П. Репутационные риски и их влияние на экономическую безопасность предприятия (по материалам украинских производителей безалкогольных напитков). - Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», Киев, 2017.

Диссертация посвящена обобщению и развитию теоретических положений, разработке методических подходов к оценке и управлению репутационными рисками предприятия.

В работе обоснован методический инструментальный оценки репутационных рисков предприятия, основанный на принципах системно-функционального и процессного подходов, который определяет синергетические контуры влияния рискообразующих факторов, учитывая целевые группы стейкхолдеров в репутационной матрице предприятия, а также позволяет определить интегральный

показатель уровня репутационного риска субъекта хозяйствования и выбрать способы управления им.

В работе уточнена классификация репутационного риска за счет введения признака «сфера возникновения рисков», что позволило идентифицировать направления и последствия их влияния на экономическую безопасность предприятия, учитывая факторы внутренней и внешней среды. Получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат исследования репутационных рисков предприятия на основе теории заинтересованных лиц (стейкхолдеров), что позволило систематизировать его рискообразующие факторы репутации и выявить плотность пересечения ценностей внутренних и внешних стейкхолдеров. Предложена авторская классификация уровней репутационного риска предприятия по диапазонам их интегрального показателя с выделением низкого, умеренного, среднего, критического, предельного и недопустимого уровней такого риска.

Предложена технология оценки влияния репутационных рисков на экономическую безопасность предприятия, позволяющая, в отличие от существующих, совместить финансовые и нефинансовые индикаторы и построить диагностическую карту, которая определяет потребность в реактивном или проактивном управлении его репутационными рисками.

Осуществлен компаративный анализ репутационных рисков и экономической безопасности украинских производителей безалкогольных напитков. Рассмотрены методические основы определения характера и мультипликатора влияния репутационных рисков предприятия на его экономическую безопасность для установления стохастических связей прямого, нейтрального и обратного влияния, а также определения необходимых и достаточных условий формирования таких связей. Нашли развитие принципы и подходы к стратегическому управлению репутационными рисками предприятия в разрезе сотрудничества с ключевыми стейкхолдерами, что позволяет достичь надлежащий уровень экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: репутация, репутационный риск, экономическая безопасность, рискообразующий фактор репутации, интегральный показатель уровня репутационного риска, реактивный подход к управлению репутационным риском, проактивный подход к управлению репутационным риском.

ABSTRACT

Kovtun V.P. Reputational risks and their impact on the economic security of enterprise (according to the materials of Ukrainian companies soft drinks). - Manuscript.

The thesis for obtaining of scientific degree of Candidate of economic sciences, specialty 08.00.04 – Economy and management of enterprises (by types of economic activities). – SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Kyiv, 2017.

The thesis is dedicated to generalization and elaboration of theoretical positions, development of new methodical approaches to the assessment and management of reputational risks of company.

The research describes methodical instruments of reputational risks evaluation of the enterprise based on the principles of system-functional and process approaches and

outlines the contours of the synergistic impact of risk factors with regard to target groups of stakeholders in the reputation matrix of the enterprise, and to determine the integral index of reputational risk subject of economic and select management methods. The classification of the reputational risks of the enterprise is elaborated by introducing characteristics sphere of emergence. The gradation levels of reputational risk of the enterprise for ranges of integral index are improved and the technology of the impact of reputational risk to economic security measurement is developed. Unlike existing it allows to combine financial and non-financial indicators and build a diagnostic map that identifies the need for reactive or proactive reputation risk management of the enterprise.

Comparative analysis of reputational risks and the economic security of Ukrainian producers of soft drinks are carried out. The methodological principles of determining the nature and multiplier impact of reputational risk on its economic security are adapted to establish direct links stochastic, neutral and reverse impact and to determine the necessary and sufficient conditions for the formation of such links.

Keywords: reputation, reputational risk, economic security, risk-forming factor of reputation, integral index of reputational risk, reactive approach to reputational risk managing, proactive approach to reputational risk managing.