

ЧИННИКИ КОРПОРАТИВНОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Стійкість розвитку підприємства нерозривно пов'язана з його корпоративною репутацією: тільки при ефективному управлінні діловою репутацією підприємства можливо домогтися конкурентних переваг на ринку, що в свою чергу є необхідною умовою для сталого розвитку.

Підприємства постійно залежать від зміни зовнішнього середовища. Часто виникають ситуації, коли підприємство успішно функціонує, воно нарощує обсяги виробництва, але, через невеликі зміни ситуації на ринку, це підприємство може втратити все. Цілісне уявлення про компанію як суб'єкта певного виду діяльності дає корпоративна репутація, яка складається зі сприйняття та оцінки результатів й наслідків цієї діяльності різними зацікавленими особами (стейкхолдерами) та контактними групами. Одним із способів управління корпоративною репутацією компанії з метою сталого розвитку підприємства є успішне встановлення контактів зі стейкхолдерами.

Найбільш відомою у світі оцінкою корпоративної репутації є щорічний рейтинг Інституту репутації (The Reputation Institute) – консалтингової фірми, що базується в Бостоні, який визначає топ-100 найбільш авторитетних компаній на основі оцінювання зворотного зв'язку, отриманого від 170000 респондентів, знайомих з ними. Інститут репутації фіксує результати компаній, використовуючи свою власну систему вимірювання RepTrak Pulse, відстежуючи сприйняття компанії в семи категоріях: продукти та послуги, інноваційність, умови праці, система управління, громадська відповідальність, лідерство та продуктивність.

Згідно рейтингу репутації, чим вище бал отримує фірма, тим більше ймовірність того, що її продукти будуть придбані або рекомендовані для споживання, а також, респонденти схильні давати такій компанії позитивні

відгуки або навіть бажають там працювати. [1]

Аналіз останнього рейтингу, складеного за результатами досліджень, проведених в 1 кварталі 2017 року, показав, що глобальними лідерами у сфері корпоративної репутації стали компанії Rolex (80,38 балів), LEGO Group (79,46) та The Walt Disney Company (79,19). Також у першу десятку рейтингу увійшли компанії Canon (78,28), Google (78,22), Bosch (78,12), Sony (77,74), Intel (77,74), Rolls-Royce (77,66) та Adidas (77,27). [2]

«Відмінна» репутація представлена загальним показником рейтингу RepTrak Pulse у 80 балів або вище. В 2017 році вперше компанія з найвищим рейтингом (Rolex) потрапляє в діапазон «відмінно». «Сильна» репутація оцінюється в 70-79 балів, а 60-69 балів – це «середній» рівень. Можна відмітити, що жодна з компаній у рейтингу 2017 року не набрала нижче 64.

Порівняно з 2016 роком, позиції в першому десятку втратили BMW Group, Daimler, Microsoft та Apple.

Команіями, що значно зміцнили свою репутацію стали: Bosch, Intel, Rolls-Royce та Adidas.

Ключовими чинниками (драйверами), що справляють максимальний вплив на корпоративну репутацію, стали якість продуктів та послуг (20,5%, +2,2 пункти порівняно з 2016 роком), система управління (15,0%, +1,5 пункти), громадська відповідальність (14,4%, +0,8 пункти). Всі три чинники за рік зміцнили свої позиції. Вперше за п'ять років дещо знизилася значимість інновацій – в 2017 вони займають четверте місце (13,1%, - 0,9 пункти) з семи складових репутації, інші складові: продуктивність (12,9 %), лідерство (12,5 %) та умови праці (11,6 %) втратили свій вплив відповідно на 0,5, 0,4 та 1,5 пункти.

Стейкхолдери визначили Rolex світовим лідером в категорії продуктів та послуг, а LEGO Group кращою в управлінні. В той час як Google сприймається як провідна компанія в 5 напрямках: інновації, умови праці, громадська відповідальність, лідерство та продуктивність.

Тенденцією 2017 року є зростання люксових брендів, таких як Rolex та Rolls-Royce, а компанії, що працюють на ринках споживчих товарів взяли сім з

десяти провідних місць. LEGO Group піднялась на друге місце з шостого місця в 2016 році. Це відбулось завдяки успішній диверсифікації своєї діяльності, окрім виробництва іграшок та освітніх програм в останні роки вона займається зйомками фільмів з використанням своїх виробів, що зробило компанію найсильнішою в категорії продукції та послуг, а також помітним учасником digital-ринку. [3]

Можна зазначити, що успіх найкращих компаній залежить не тільки від досягнень в кожній категорії рейтингу, а й від ефективності комунікацій з групами стейкхолдерів, що передбачає відкрите інформування про свою діяльність. Популярність бренду значно впливає на ставлення до нього стейкхолдерів. Широко відомі компанії в середньому мають вищу репутацію (+12,9 балів) та отримують кращі можливості для розвитку бізнесу (+ 18,8%). Стейкхолдери значно більш схильні рекомендувати таку компанію, відгукуватися про неї позитивно та купувати її продукти.

Але популярність бренду не гарантує йому високу репутацію. Надзвичайно низькі бали та заключні позиції в списку займають дуже відомі компанії. [2]

Список використаних джерел:

1. Build your custom reputation measurement program using RepTrak. Точка доступу: <https://www.reputationinstitute.com/reputation-measurement-services/custom-tracking>.
2. The most reputable companies in the world in 2017. Точка доступу: <https://www.reputationinstitute.com/research/Global-RepTrak-100>.
3. Karsten Strauss. The World's Most Reputable Companies In 2017. Точка доступу: <https://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2017/02/28/the-worlds-most-reputable-companies-in-2017/#37a4c3d92fe3>.