

УДК 65.012.32

УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

Гук В.М., студент
Остапчук А.Д., к.е.н., доцент кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД,
*Національний університет біоресурсів і
природокористування України, м. Київ, Україна*

Ділова репутація є одним з найбільш важливих нематеріальних активів підприємства, що суттєво впливає на його конкурентоспроможність, фінансову

стабільність та здатність до довгострокового розвитку. В умовах високої конкуренції на глобальних і місцевих ринках управління репутацією підприємства стає необхідною складовою стратегічного менеджменту, що передбачає комплексний підхід до її формування, підтримки та відновлення.

Ділова репутація визначає, як сприймають компанію споживачі, партнери, інвестори та широка громадськість. Позитивний імідж сприяє зростанню продажів, залученню інвестицій та розвитку лояльних відносин з клієнтами. Водночас, негативна репутація може призвести до значних фінансових втрат та втрати конкурентних переваг. Важливість цієї теми зумовлена сучасними викликами в бізнес-середовищі, де репутаційні ризики можуть бути важчими за фінансові.

Ділова репутація підприємства — це набір уявлень та оцінок, які складаються у свідомості різних зацікавлених сторін (споживачів, партнерів, інвесторів). Ці уявлення мають довготривалий вплив на фінансову стабільність компанії та її здатність до ефективного функціонування на ринку. Репутація не є сталим або постійним ресурсом, її необхідно постійно підтримувати та формувати через активну комунікацію з усіма зацікавленими сторонами.

Управління репутацією включає кілька основних етапів:

- Моніторинг репутації — регулярний збір інформації про сприйняття бренду в медіа, соціальних мережах, відгуках споживачів. Моніторинг дозволяє виявляти потенційні репутаційні ризики та своєчасно реагувати на них.

- Розробка стратегічного плану — визначення цілей, які допомагають сформувати імідж компанії, зокрема через чітку позицію на ринку, дотримання етичних стандартів та прозорість комунікацій.

Інструменти управління репутацією:

- PR-кампанії: активна взаємодія з медіа та громадськістю через прес-релізи, участь у громадських заходах, організація благодійних ініціатив.

- Інтернет-маркетинг: активна присутність у соціальних мережах та покращення онлайн-іміджу через SEO та контент-маркетинг.

- Корпоративна соціальна відповідальність (CSR): участь у соціальних проєктах та ініціативах, що позитивно впливають на імідж компанії.

Негативні фактори, які можуть вплинути на репутацію підприємства, включають:

- Інформаційні кризи: Негативні публікації в медіа, помилки в комунікаціях можуть швидко поширюватися через соціальні мережі, що веде до репутаційних втрат.

- Невідповідність заяв та реальності: Якщо підприємство обіцяє більше, ніж може виконати, або не дотримується своїх обіцянок, це може призвести до втрати довіри з боку споживачів і партнерів.

- Зміни в зовнішньому середовищі: Потреби та очікування споживачів постійно змінюються, тому компанії необхідно постійно адаптувати свою стратегію управління репутацією.

У разі виникнення кризових ситуацій, важливо:

- Швидко реагувати на ситуацію: вчасно визнавати помилки та публічно вибачатися, якщо це необхідно.

- Застосовувати антикризові комунікації для виправлення іміджу через медіа та прямі контакти з ключовими зацікавленими сторонами.

- Впроваджувати стратегії відновлення довіри шляхом реалізації конкретних заходів для виправлення ситуації.

Управління діловою репутацією підприємства — це складний і безперервний процес, що вимагає стратегічного підходу. Сильна репутація дозволяє компанії утримувати конкурентні переваги, залучати лояльних споживачів та забезпечує довгострокову фінансову стабільність. У сучасних умовах важливо не лише створювати позитивний імідж, а й оперативно реагувати на можливі кризи, застосовуючи антикризові стратегії для відновлення репутації підприємства.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О. В., Кузьмін О. Є. Репутаційний менеджмент у системі стратегічного управління підприємством : монографія. — К. : НАУ, 2021. — 214 с.
2. Григоренко Я. В. Формування ділової репутації підприємства в умовах цифрової економіки. Економіка і організація управління. — 2023. — № 1 (45). — С. 87–94.
3. Пилипенко А. А., Тищенко О. М. Управління іміджем і репутацією підприємства : навч. посіб. — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. — 268 с.
4. Кузьмін О. Є., Романенко О. О. Репутаційні ризики підприємства: сутність, класифікація, інструменти управління. Економіка та держава. — 2022. — № 11. — С. 45–50.
5. Тульчинська С. О., Кривда О. В. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні позитивної ділової репутації підприємства. Бізнес Інформ. — 2024. — № 2. — С. 102–108.
6. Козлова О. М. Управління корпоративною репутацією підприємства на засадах сталого розвитку. Науковий вісник Полісся. — 2023. — № 4 (28). — С. 76–83.
7. Федоренко В. Г., Петрова І. Л. Стратегічний менеджмент : підручник. — К. : КНЕУ, 2021. — 480 с.
8. Fombrun C. J., Van Riel C. B. M. Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations. — Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 2004. — 256 p.
9. Dowling G. Creating Corporate Reputations: Identity, Image and Performance. — Oxford : Oxford University Press, 2016. — 320 p.
10. ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility. — Geneva : International Organization for Standardization, 2010. — 106 p.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЛЕЙБНИЦ-ІНСТИТУТ АГРАРНОГО РОЗВИТКУ
В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ (НІМЕЧЧИНА)
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК ВАЙЄНШТЕФАН-ТРИЗДОРФ (НІМЕЧЧИНА)
СЛОВАЦЬКИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ В НІТРІ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛАТВІЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУК ПРО ЖИТТЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ (ЛАТВІЯ)

Факультет аграрного менеджменту

**Кафедра адміністративного менеджменту та
зовнішньоекономічної діяльності**



МАТЕРІАЛИ

**VI Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції
студентів, аспірантів та молодих вчених**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»**

04 листопада 2025 р.



Київ - 2025

УДК 338.43.01/.01 (075.8)

Науково-редакційна колегія:

Організаційний комітет:

ТОНХА Оксана – проректор з наукової роботи та інноваційної діяльності НУБіП України, д.с.-г.н., професор, голова оргкомітету

ОСТАПЧУК Анатолій – в.о. декана факультету аграрного менеджменту, к.е.н., доцент, співголова оргкомітету

ШЛАУДЕРЕР Ральф – керівник Міжнародної школи Університету прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Міжнародний представник факультету сільського господарства, Представник з питань міжнародних освітніх програм і співпраці, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ГОРСЬКА Єлена – декан факультету економіки та менеджменту Словацького аграрного університету в Нітрі, доктор наук, професор, співголова оргкомітету

ПЕРЕХОЖУК Олександр – старший науковий співробітник Лейбніц-Інституту аграрного розвитку в країнах з перехідною економікою, PhD, професор, співголова оргкомітету

ЗЕВЕРТЕ-РІВЗА Сандія – дослідник Латвійського університету наук про життя та технологій, PhD, доцент, співголова оргкомітету

Члени оргкомітету:

КОВТУН Олена – завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, к.е.н., доцент;

БАСЮК Дарія – професор кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, д.е.н., професор

ЖЕМОЙДА Олександр – д.е.н., професор

ІБАТУЛЛІН Марат – д.е.н., професор

МОСТЕНСЬКА Тетяна – д.е.н., професор

ГОЛОМША Наталія – к.е.н., доцент

ДАВИДЕНКО Володимир – к.е.н., доцент

ДІБРОВА Лариса – к.е.н., доцент

КОВАЛЕНКО Наталія – к.е.н., доцент

КОЛЕСНИК Максим – к.е.н., доцент

КОСТЮК Ольга – к.е.н., доцент

КУЗЬМЕНКО Сергій – к.е.н., доцент

РАЛКО Олександра – к.е.н., доцент

ТЮРІНА Альона – к.е.н., доцент

ЧОРНЕНЬКА Людмила – к.е.н., доцент

ЯНЧЕВСЬКИЙ Руслан – к.е.н., доцент

ФАЙЧУК Олександр – к.е.н., доцент, секретар оргкомітету

МІЩЕНКО Іван – к.е.н., доцент, відповідальний за випуск збірника тез

Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради факультета аграрного менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (*протокол №4 від 20 листопада 2025 р.*).

«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, 04 листопада 2025 р. – К.: НУБіП України, 2025. – 245 с.

У збірнику представлені результати дослідження проблем сучасного менеджменту в умовах воєнного стану та інтеграції України до ЄС. Видання розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, практиків і всіх тих, хто цікавиться питаннями сучасних підходів до управління підприємствами і національним господарством.

Матеріали викладені в авторській редакції. Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори.

© Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, факультет аграрного менеджменту НУБіП України, 2025

© Автори