

ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ РЕФЛЕКСИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Катерина Володимирівна Щербакова

аспірант кафедри менеджменту

зовнішньоекономічної діяльності

Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля

Ділова репутация в сучасних складних умовах зовнішнього середовища набуває особливої важливості в конкурентній боротьбі неціновими методами, які стали особливо актуальними останнім часом. Адже світова фінансова криза змінила існуючі умови ринкових відносин між промисловими підприємствами. А ефективність традиційних методів управління в умовах зовнішнього середовища стрімко знижується, про що свідчить становище українських промислових підприємств, які, не витримуючи високого тиску з боку зовнішнього середовища, поступово згортають виробництво або зовсім припиняють господарську діяльність. Особливо відчутна така безпорадність цих методів в процесі управління нематеріальним активом, яким є ділова репутация промислового підприємства. За таких умов актуальності набуває застосування в управлінській практиці нових методів управління в умовах невизначеності та відсутності можливості прямого управління, тобто коли відносини економічних об'єктів не є відносинами прямого підпорядкування. Такими відносинами і є процес формування ділової репутации підприємства. Переліченим вище вимогам відповідають особливості рефлексивного управління.

Питання, пов'язані з використанням рефлексивного підходу в діяльності підприємства, висвітлюються в роботах В. А. Лефевра, А. В. Авілова, О. С. Анісімової, Р. Н. Лепи, Д. А. Новикова, А. Г. Чхартишвілі, Т. А. Таран, Дж. Сороса, Г. П. Щедровицького, та ін. Проте аналіз наукових публікацій дозволив дійти висновку, що багато суттєвих проблем зокрема управління взаємодії суб'єктів господарювання залишились невирішеними.

Ділова репутация як складова конкурентоспроможності є головним засобом утримання конкурентних позицій промислового підприємства на ринку в сучасних умовах. Але необхідно пам'ятати, що зміна зовнішнього середовища неодмінно викликає зміни внутрішнього середовища підприємства, і сформована в нормальних умовах позитивна ділова репутация може суттєво змінитися і не завжди в вигідну підприємству сторону. Тому в таких умовах діагностика дозволяє виявити вузькі місця та розпізнати несприятливі процеси, що відбуваються, в усіх складових системи. Причиною виникнення вузьких місць у діловій репутации промислового підприємства може бути зміна уявлення про професійні достоїнства заінтересованих груп під впливом світової фінансової кризи, що дуже нагадує рефлексивний процес. Отже заінтересовані групи мають уявлення про професійні достоїнства та недоліки підприємства, на основі цих уявлень формують оцінку, що в свою чергу і є діловою репутацией. З іншого боку промислове підприємство формує

уявлення про уявлення заінтересованих груп та їх оцінку власних дій та формує образ своєї репутації з позиції заінтересованих груп. Таким чином ділова репутація промислового підприємства є результатом рефлексивної взаємодії підприємства та заінтересованих груп. З вище сказаного можна вивести визначення ділової репутації з позиції рефлексивного процесу. Отже ділова репутація – це взаємні уявлення агентів про уявлення, уявлення про уявлення і т. д., на основі яких формується оцінка професійних достоїнств та недоліків одного з агентів процесу рефлексивної взаємодії.

Актуальним постає питання вибору методу управління для подолання відхилень репутації промислового підприємства. Серед існуючих методів управління відповідно до мотиваційної характеристики розрізняють наступні види: економічні, організаційно розпорядчі, соціальні. Ці методи використовуються для управління безпосередньо внутрішнім середовищем підприємства та не враховують особливостей управління зовнішнім середовищем. Ділова репутація підприємства – складна категорія, яка знаходиться поза контролем керівництва підприємства. Отже для управління нею необхідні методи управління, які б дозволили менеджерам промислового підприємства тримати під контролем процес її формування та сприйняття його зовнішнім середовищем. Рефлексивне управління використовується в умовах невизначеності та відсутності можливості прямого управління, що відповідає умовам управління діловою репутацією промислового підприємства.

Рефлексія – процес корекції засобу дії через реконструкцію ходу дії та причин труднощів [1, с. 5-14.]. Таке визначення О. С. Анісімова є найточнішим, тому що відображає сутність рефлексії не тільки з позиції об'єктивного уявлення як процесу діяльності, а і з позиції основи для виправлення причин труднощів, що спрямовано на осмислення власних дій та сприяє процесу прийняття рішень. Поняття рефлексивного управління було введено Лефевром В. А., який визначає його як процес передачі підстав для прийняття рішення одним з персонажів іншому [2], тобто така передача не нав'язування волі іншому, а передача "підстав", з яких інший персонаж дедуктивно приймає заздалегідь сплановане такими підставами рішення. Такий метод управління діловою репутацією промислового підприємства дозволить впливати на формування уявлення про достоїнства підприємства у заінтересованих груп та змінювати їх оцінку в позитивну сторону, що сприятиме зміні репутації в вигідний для конкурентоспроможності бік.

Таким чином виявлення закономірностей рефлексивного процесу в формуванні ділової репутації промислового підприємства дозволило обґрунтувати використання рефлексивного управління для подолання вузьких місць репутації, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності промислового підприємства.

Література

1. Анисимов О. С. Развитие России и культура принятия государственных решений / О. С. Анисимов // Рефлексивные процессы и управление. – 2002. – Т. 2, №2.
2. Лефевр В. А. Рефлексия / В.А.Лефевр. – М.: Когито-Уентр, 2003. – 496 с.