

Коробко Мария Олеговна

**РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ
И УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИОННЫМ РИСКОМ ПРЕДПРИЯТИЙ-
АВИАПЕРЕВОЗЧИКОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ РОССИИ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(Специализация – Менеджмент)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук



Москва –2015

Диссертационная работа выполнена в ФГБОУ ВПО «Московский авиационный институт (Национальный исследовательский университет)» на кафедре 501 «Производственный менеджмент и маркетинг».

Научный руководитель:

Бадалова Анна Георгиевна
доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «МАИ (НИУ)», профессор
кафедры производственного менеджмента и
маркетинга

Официальные оппоненты:

Качалов Роман Михайлович
доктор экономических наук, профессор
Центральный экономико-математический
институт Российской академии наук (ЦЭМИ
РАН), заведующий лабораторией
издательской и маркетинговой деятельности

Садовникова Ольга Владимировна
кандидат экономических наук,
ЗАО «БВ-МЕДИА», вице - президент

Ведущая организация:

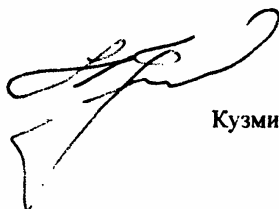
ФГБОУ ВПО «МАТИ – Российский
государственный технологический
университет имени К.Э. Циолковского»

Защита диссертации состоится « » 2015 года вчасов на заседании диссертационного совета Д 212.141.21 при ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана» (Национальный исследовательский университет) по адресу: 105005, г. Москва, ул. 2-ая Бауманская, д.7, ауд. 511. Тел.:8 (499) 267 02 22.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана» (Национальный исследовательский университет) и на сайте www.bmstu.ru

Автореферат разослан « » 2015 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
д.и.н., профессор



Кузмичев Андрей Дмитриевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Воздушный транспорт (авиаперевозки) – это неотъемлемая часть общей системы мировой экономики, которая на сегодняшний день является ее наиболее динамично и успешно развивающейся отраслью. Это связано с тем, что индустрия авиационных перевозок позволяет компаниям быстро и эффективно развиваться, способствует развитию мировой торговли, предоставляя свободу перемещения для бизнесменов и туристов (на долю воздушного транспорта приходится 18% мирового пассажирооборота; авиатранспорт обеспечивает 35% мировой торговли в денежном выражении, в силу того, что воздушным транспортом перемещаются товары с наиболее высокой удельной стоимостью; пассажирские авиаперевозки обеспечивают более 79% совокупной выручки авиакомпаний в мире).

Для любого промышленно-развитого государства мира, а тем более для России с ее размерами, количеством удалённых обитаемых регионов, погодными факторами и слабостью транспортной инфраструктуры освоение и использование воздушного пространства является важнейшим ресурсом национального развития, реального повышения качества жизни людей. В связи с этим индустрия авиаперевозок - это одна из необходимых, инновационных, прибыльных и перспективных структур экономики любого государства, особенно России, устойчивый рост которой должен быть одним из национальных приоритетов.

На состояние и перспективы развития предприятий данной отрасли влияют различные факторы: состояние мировой экономики, происходящие процессы глобализации и интеграции, рост и усиление конкуренции, социально—политическая обстановка в странах мира, международные нормативно—правовые акты в области авиации, рост террористической активности и природных факторов (катастроф), тотальная информатизация, инновационный и научно – технический прогресс. Динамические изменения указанных факторов и их непосредственное влияние на деятельность авиаперевозчика значительно повышают неопределенность его функционирования, что приводит к постоянному появлению и увеличению все новых и новых рисков, имеющих различные источники формирования и формы проявления.

В 21 веке одним из основных наиболее значимых рисков, напрямую влияющих на эффективное функционирование и уровень капитализации предприятий, является репутационный риск, появление которого обусловлено активным воздействием на деятельность предприятия различных групп общественности. На сегодняшний день в теории и практике риск – менеджмента данному риску не уделяется должного внимания: данный риск очень плохо изучен и практически никак не управляем, поэтому недооценивается или просто игнорируется большинством специалистов и топ-менеджеров предприятий различных отраслей экономики. Однако анализ функционирования российских и зарубежных организаций свидетельствует,

что в современных жестких высококонкурентных рыночных условиях именно репутационный риск среди нефинансовых рисков приобретает все большее и большее значение, так как его недооценка и игнорирование приводит к различным, достаточно губительным и катастрофичным для предприятия последствиям (вплоть до полного разорения).

Влияние репутационного риска на развитие, функционирование и конкурентоспособность отечественных авиаперевозчиков постоянно возрастает и усиливается в результате постоянного усиления и ужесточения конкурентной борьбы между авиакомпаниями, а также существования довольно скептического и негативного отношения общественности к отечественной гражданской авиации. Следовательно, без четкого понимания сущности и особенностей репутационного риска, а также без продуманного и адекватно организованного стратегического управления данным риском любое предприятие, особенно в авиационной отрасли обречено на банкротство.

В связи с выше изложенным, актуальность написания данной диссертационной работы с научной и практической точки зрения обусловлена объективной потребностью в исследовании сущности и особенностей репутационного риска, а также разработке теоретических и методических основ управления данным риском в пределах всего предприятия.

Степень научной разработанности проблемы. К настоящему моменту времени в отечественной и зарубежной научной литературе по риск – менеджменту сформировалось множество различных подходов и методов управления рисками, которые описаны в трудах: Ф. Найта, А.Г. Бадаловой, И.Т. Балабанова, М.Н. Багиевой, Р.М. Качалова, В.Н. Вяткина, В.А. Гамзы, С.А. Баркалова, П.Л. Уокера, Т.Л. Бартона, У.Г. Шенкира, К.В. Балдина, Г.В. Черновой, А.А. Кудрявцева, Ю.Ю. Екатеринославского, Н.В. Хохлова, А.Н. Фомичева, А.В. Чугунова, С.М. Васина, В.С. Шутова и многими другими.

Среди них исследованию теоретических и методических аспектов управления репутационным риском посвящены работы: Э. Гриффина, А. Замана, Н.С. Костюченко, С.А. Пестрикова, Д.С. Евановича, В.В. Недоспасовой.

Вопросам формирования, изучения и оценки имиджа и репутации предприятия посвящены научные исследования: Б. Джи, Г. Даулинга, И.В. Алешиной, Т.М. Томиловой, Л.В. Буланцевой, И.С. Важениной, Г.Г. Почепцова, К.В. Гавришина, В. М. Шепеля, Е. В. Попова и др.

Работы выше указанных авторов внесли свой значительный вклад в создание фундаментальной базы для решения различных проблем риск – менеджмента. Однако, несмотря на особую важность и специфичность репутационного риска ряд принципиально важных основополагающих теоретических и методических вопросов управления данным риском до сих пор не решен в полной мере, а именно: в экономической науке отсутствует единая общепринятая трактовка понятия «репутационный риск»; четко не определена специфика и место данного риска в общей структуре рисков предприятия; недостаточно раскрыты важные необходимые теоретические и методические

аспекты формирования и функционирования аппарата управления репутационным риском. Следовательно, научных трудов, в которых комплексно и в полном объеме исследуется проблема управления репутационным риском недостаточно и комплекс вопросов, нуждающихся в дальнейшей разработке весьма значителен.

Изложенное выше дает основание считать выбранную тему исследования актуальной для науки и практики хозяйственной деятельности.

Цель и задачи исследования. Целью работы является разработка теоретических положений и методического инструментария оценки и управления репутационным риском предприятий-авиаперевозчиков коммерческой гражданской авиации России в целях повышения их конкурентоспособности и стоимости за счет повышения привлекательности образа предприятия для целевой аудитории.

Для достижения данной цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Исследование и анализ текущего состояния и тенденций развития предприятий отрасли пассажирских авиаперевозок России, а также причин усиления репутационного риска данных предприятий в целях разработки инструментария оценки и управления данным риском, наиболее полно отвечающего их интересам;
2. Исследование сущности репутационного риска и выявление его специфических особенностей;
3. Анализ и систематизация существующих методов и опыта управления репутационным риском в разрезе базовых задач риск-менеджмента;
4. Разработка концептуальной модели и структуризация процесса управления репутационным риском на предприятии;
5. Разработка классификации и подхода к оценке репутационного риска;
6. Разработка методического инструментария оценки и управления репутационным риском;
7. Формирование информационно - организационного обеспечения процесса управления репутационным риском на предприятии;
8. Формирование системы показателей оценки эффективности управления репутационным риском на предприятии;
9. Апробация разработанного инструментария оценки и управления репутационным риском на предприятии - авиаперевозчике РФ.

Объектом исследования являются предприятия – авиаперевозчики коммерческой гражданской авиации России в сфере пассажироперевозок.

Предметом исследования являются теоретические и методические аспекты процесса управления репутационным риском предприятий – авиаперевозчиков коммерческой гражданской авиации России в сфере пассажироперевозок.

Область исследования. Исследование выполнено в рамках научной специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством.

Менеджмент». Согласно паспорту данной специальности работа соответствует области исследования:

10.11. Процесс управления организацией, её отдельными подсистемами и функциями. Целеполагание и планирование в управлении организацией. Контроль, мониторинг и бенчмаркинг. Механизмы и методы принятия и реализации управленческих решений. Управление проектом. Управление знаниями. Риск-менеджмент. Управление производством. Современные производственные системы.

Научная новизна диссертационного исследования выражается в следующих важных научных результатах и положениях, которые расширяют и совершенствуют теоретическую и методическую базу управления репутационным риском:

1. Уточнен понятийно-категориальный аппарат управления репутационным риском: теоретически обоснованы и выработаны авторские определения понятий «репутационный риск» и «управление репутационным риском»; проведено исследование экономического содержания и дифференциация понятий «имидж», «репутация», «образ» предприятия.

2. Структурирован процесс управления репутационным риском и разработана концептуальная модель управления репутационным риском в соответствии со сформированными теоретическими основами управления данным риском, позволяющая, в отличие от существующих подходов, осуществлять целенаправленное и системное управление указанным риском исходя из принятой стратегии, миссии, видения и целей предприятия.

3. Разработаны оригинальный вариант классификации репутационного риска и инструментарий его оценки, базирующийся на предложенном определении понятия «репутационный риск» и возможного отклонения реального образа от зеркально образа предприятия. Использование предложенной классификации и инструментария оценки позволяет осуществлять более адекватную оценку и анализ данного риска с учетом изменения составляющих образа предприятия – имиджа и репутации, а также осуществлять обоснованный выбор методов управленческого воздействия на репутационный риск.

4. Разработан инструментарий выработки управленческого воздействия на репутационный риск, включающий в себя совокупность маркетинговых, менеджерских и организационных средств и приемов, а также матрицу их применимости, реализация которых, в отличие от существующего инструментария, позволяет оптимизировать влияние репутационного риска на деятельность предприятия и, как следствие, повысить конкурентоспособность, финансовую стабильность и эффективность функционирования предприятия.

5. Разработана универсальная вербальная модель оценки образа предприятия – авиаперевозчика, включающая предложенную систему показателей имиджа и репутации, формирующих представление о предприятии среди потребителей его услуг. Разработанный инструментарий оценки

репутационного риска базируется на использовании предлагаемой вербальной модели оценки образа авиаперевозчика.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость исследования состоит в расширении и совершенствовании теоретических положений и методических основ управления рисками предприятия.

Практическая значимость работы заключается в возможности обеспечения эффективного развития и функционирования предприятия-авиаперевозчика, повышения его конкурентоспособности за счет использования основных теоретических результатов и методических разработок диссертационной работы. Реализация разработанного инструментария управления репутационным риском даст возможность предприятию:

- рационально организовывать процесс управления предприятием, оптимизируя расходы на управление репутационным риском, в целях достижения поставленных целей предприятия и повышения привлекательности его образа для целевой аудитории;
- своевременно идентифицировать, оценивать и анализировать репутационный риск, что позволит адекватно осуществлять управленческое воздействие на данный риск и контролировать его влияние на образ предприятия и его результаты деятельности;
- разрабатывать и осуществлять программу мероприятий по оптимизации влияния репутационного риска и повышению конкурентоспособности;
- рационально управлять образом предприятия и формировать стратегию его развития.

Разработанные теоретические положения и методическое обеспечение могут быть использованы предприятиями коммерческой гражданской авиации, государственными структурами (Минпромторг РФ, Минтранс РФ, Росавиация, Минэкономразвития РФ) при разработке и реализации государственных проектов и мероприятий, направленных на развитие и модернизацию коммерческой гражданской авиации России, а также консалтинговыми компаниями при оказании услуг по управленческому консультированию и при внедрении системы управления рисками, в частности репутационным риском. Также материалы диссертационной работы могут быть использованы в учебном процессе как в рамках базового, так и дополнительных форм образования.

Методология и методы исследования. Исследование базируется на теоретических и методических положениях, содержащихся в трудах классиков экономической и управленческой науки, а также отечественных и зарубежных ученых в области экономики, предпринимательства, организации и управления предприятиями, маркетинга, управления рисками и риск-менеджмента.

Для решения поставленных в диссертационной работе задач применялись как общенаучные, так и специальные методы: методы количественного и качественного анализа, индукции и дедукции, группировок и классификаций,

1. Авторская трактовка репутационного риска и классификация данного риска;
2. Концептуальная модель управления репутационным риском;
3. Инструментарий оценки репутационного риска и выработки управленческого воздействия на него;
4. Вербальная модель оценки образа предприятия – авиаперевозчика.

Достоверность содержащихся в диссертации констатаций, выводов и рекомендаций подтверждается использованием, корректной обработкой и интерпретацией значительных объемов достоверных первичных исходных данных, основывается на применении общепризнанных результатов теоретических исследований ученых и использовании достаточно строгого математического аппарата, а также обеспечивается корректностью аналитических выкладок и научной интерпретируемостью теоретических построений и расчетных результатов, а также результатами апробации полученных основных результатов исследования.

Апробация результатов работы. Основные положения диссертационного исследования были представлены на следующих научных и научно-практических конференциях: Межвузовская научно-практическая конференция молодых ученых и студентов «Инновации в экономике – 2013» (Москва, 26 марта 2013г. в МГТУ «СТАНКИН»); Московская молодежная научно – практическая конференция «Инновации в авиации и космонавтике – 2013» (Москва, 16-18 апреля 2013г. в НИУ «МАИ»); 9-ая научно – практическая конференция молодых ученых и студентов «Инновации в экономике и менеджменте аэрокосмической промышленности - 2013» (Москва, 16-18 апреля 2013г. в ИНЖЭКИН-МАИ); Научно-практический круглый стол «Синергия маркетинга и логистики в инновационном развитии российской экономики», посвященный 95-летию Финансового университета при Правительстве РФ (Москва, 9 декабря 2013г. в Финуниверситете); Межвузовская научно-практическая конференция молодых ученых и студентов «Инновации в экономике – 2014» (Москва, 25 марта 2014г. в МГТУ «СТАНКИН»); Всероссийская межвузовская научно-практическая конференция

«Экономические аспекты развития российской наукоемкой промышленности: тенденции, проблемы, перспективы» (Москва, 21-22 апреля 2014г. в ГОУ ВПО «МАТИ»); Московская молодёжная научно-практическая конференция «Инновации в авиации и космонавтике –2014», посвящённая 75-летию со дня основания ОКБ Сухого (Москва, 22-24 апреля 2014г. в НИУ «МАИ»); 11-я научно-практическая конференция молодых ученых и студентов «Инновации в экономике и менеджменте в авиации и космонавтике» (Москва, 22-24 апрель 2014г. в ИНЖЭКИН-МАИ).

Материалы диссертации отражены в 13 научных работах общим объемом 3,03 п.л., в том числе в 6 научных работах в ведущих рецензируемых научных журналах, определенных Высшей аттестационной комиссией РФ, общим объемом 1,9 п.л.

Результаты, выводы и рекомендации диссертационного исследования внедрены в деятельности ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии», а также используются в учебном процессе ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН», ФГБОУ ВПО «МАИ (НИУ)» при преподавании дисциплин «Управление рисками деятельности предприятия», «Маркетинг инновационных продуктов и технологий», «Стратегическая оценка бизнеса», «Корпоративное управление», «Управление финансовыми рисками», что подтверждается соответствующими актами внедрения и использования.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, выводов, списка литературы и приложений. Основные результаты изложены на 132 страницах, в 21 таблице, 25 рисунках и приложениях. Список литературы содержит 126 наименования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается выбор темы и ее актуальность, сформированы цели и задачи исследования, определены его объект и предмет, раскрывается научная новизна и практическая значимость работы, а также результаты апробации и внедрения ключевых идей диссертационного исследования.

В первой главе «Анализ состояния отрасли пассажирских авиаперевозок России и существующих подходов к управлению репутационным риском» выявлены особенности и специфика современного авиационно - промышленного комплекса (АВПК) России, а также проведен анализ текущего состояния и перспектив развития отрасли коммерческих пассажирских авиаперевозок России. Систематизированы научные знания о риске и процессе по его управлению, предложен оригинальный вариант классификации основных видов риска предприятий АВПК. Установлены причины усиления репутационного риска предприятий - авиаперевозчиков России. Проведен анализ и обобщение современных особенностей процесса управления риском в целом и подходов к управлению репутационным риском.

В результате проведенного исследования было установлено, что в настоящее время, наиболее востребованной и динамично развивающейся

отраслью коммерческой гражданской авиации России является отрасль воздушного транспорта (пассажирские авиаперевозки), которая с каждым годом занимает все более и более прочные позиции. Эксперты гражданской авиации прогнозируют долгосрочное динамическое развитие рынка авиаперевозок, особенного российского (Рисунок 1).

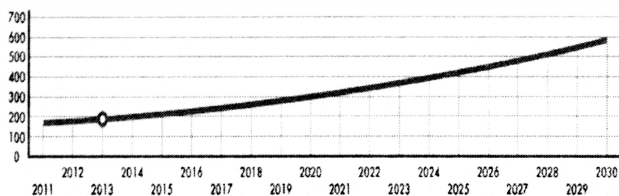


Рисунок 1. Долгосрочный прогноз объемов пассажирооборота российских авиакомпаний на 2011–2030 гг., млрд. пкм

В ходе исследования было установлено, что ключевыми проблемами усиления репутационного риска у предприятий пассажирских авиаперевозок АВПК РФ являются следующие:

- недостаток информации у специалистов и топ – менеджеров о существовании и о сущности репутационного риска, а также о методах управления им.

- неверное позиционирование или полное отсутствие стратегического подхода к позиционированию отечественных авиаперевозчиков на рынке.

- негативное отношение и низкий уровень доверия потребителей (особенно иностранных) к работе отечественных авиаперевозчиков. Наибольшее количество претензий связано с опасениями в отношении безопасности и качества полетов.

- слабый уровень общественной поддержки деятельности предприятий АВПК РФ со стороны гражданских институтов и мотивированных групп.

Анализ существующих подходов и методов управления рисками в целом и репутационным риском в частности показал, что они малоэффективны, незначительны или вовсе невозможны для данного риска в силу его специфики и мало изученности. Напрямую представленные в работе методы и подходы могут применяться для совершенствования деятельности предприятия в целом, а также для улучшения его отдельных бизнес - процессов и реализации различных операций. Чтобы процесс управления репутационным риском был эффективен и давал серьезный положительный результат необходимо, что бы деятельность предприятия в области управления данным риском строилась на основе постоянного и креативного использования различных инструментов, методов и приемов высокоразвитого целенаправленного маркетинга, а также его гармоничного сочетания с адекватным менеджментом предприятия.

Во второй главе «Разработка теоретико-методических основ и структуризация процесса управления репутационным риском»

разработаны и сформированы фундаментальные теоретические основы управления данным риском, которые максимально полно раскрывают сущность репутационного риска и суть управления им: исследовано понятие, сущность и особенности репутационного риска, его основные рискообразующие факторы; проведено исследование природы и экономического содержания понятий «имидж», «репутация», «образ» предприятия; обоснованы целесообразность и необходимость разработки и принятия авторского определения понятия «репутационный риск» и авторской классификации репутационного риска.

В авторской трактовке под **репутационным риском** понимается событие, наступление которого отрицательно сказывается на образе предприятия и приводит к возникновению различных убытков вследствие ухудшения отношения представителей различных групп общественности к предприятию или изменения его оценки. Авторская классификация репутационного риска представлена на Рисунке 2.

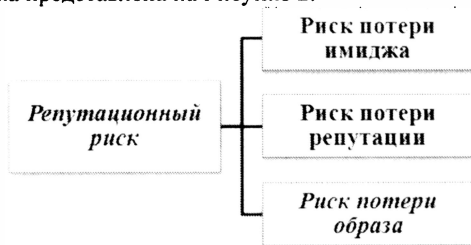


Рисунок 2. Классификация репутационного риска

Важнейшей составляющей данного диссертационного исследования является разработка концептуальных основ управления репутационным риском, которые учитывают выявленные в работе особенности и специфику репутационного риска и базируются на том, что управление образом предприятия (грамотное позиционирование), является основой управления репутационным риском. В связи с этим, процесс управления репутационным риском включает в себя:

1. Постоянную оценку и мониторинг привлекательности образа предприятия для целевой аудитории в разрезе двух основополагающих составляющих образа - имиджа и репутации предприятия.

2. Корректировку (поднастройку) образа предприятия в соответствии с требованиями целевой аудитории.

Следовательно, **управление репутационным риском** необходимо рассматривать как систему управленческих воздействий и действий, направленных на своевременную эффективную и сбалансированную ликвидацию возможного разрыва в восприятии предприятия – разрыва между зеркальным и реальным образом предприятия, а также на создание и поддержание позитивного образа предприятия.

Проведенные исследования позволили представить процесс управления репутационным риском в виде разработанной автором концептуальной модели управления репутационным риском, приведенной на Рисунке 3.

Одной из основных задач управления риском является оценка данного риска. В рамках решения данной задачи в соответствии с уточненными понятиями «репутационный риск» и «управление репутационным риском», разработанными в данной работе концептуальными основами управления репутационным риском и сбалансированной классификацией данного риска автором был предложен новый подход к осуществлению оценки репутационного риска - это оценка образа предприятия. На основе данного подхода был разработан инструментарий оценки репутационного риска, который включает в себя:

1. Методику оценки репутационного риска, ключевые компоненты которой представлены на Рисунке 4.

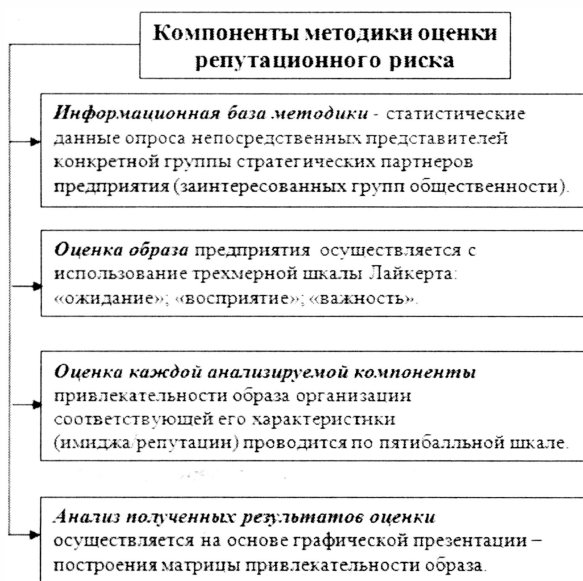


Рисунок 4. Ключевые компоненты методики оценки репутационного риска

2. Процедуру проведения данной оценки, которая включает в себя пять последовательных этапов, на каждом из которых осуществляются различные действия, расчеты и процессы, в итоге позволяющие предприятию выработать комплексную стратегию оптимизации влияния репутационного риска на результаты функционирования предприятия и его поведения на рынке.



Рисунок 3. Концептуальная модель управления репутационным риском предприятия

В рамках данной диссертационной работы при разработке инструментария оценки репутационного риска на базе системы показателей, формирующих представление об образе авиаперевозчика среди потребителей его услуг была разработана универсальная вербальная модель оценки образа предприятия – авиаперевозчика, фрагмент которой представлен в Таблице 1.

Таблица 1.

Фрагмент модели оценки образа предприятия - авиаперевозчика

Показатель	Код компоненты	Компоненты имидже -репутационных характеристик
<i>Имиджевая составляющая образа авиакомпаний</i>		
А. Интернет - сайт	A ₁	Визуальное восприятие сайта и его соответствие фирменному стилю компании
	A ₂	Информационная насыщенность сайта
	A ₃	Актуальность предоставленной информации
	A ₄	Удобство и простота использования
	A ₅	Удобные онлайн - сервисы
Б. Фирменный стиль авиакомпании	B ₁	Дизайн интерьера внутренних помещений аэропорта базирования и зала ожидания авиакомпании
	B ₂	Лаконичность названия компании и ее аббревиатуры
	B ₃	Выразительность фирменного цвета и логотипа авиакомпании
	B ₄	Информативность и наличие посыла целевым аудиториям в фирменном лозунге авиакомпании
В. Имидж сотрудников	B ₁	Привлекательность дизайна фирменной одежды сотрудников компании
	B ₂	Опрятность внешнего вида сотрудников
	B ₃	Соответствие формы одежды представителей авиакомпании корпоративному стилю и ее фирменной политике
Г. Бизнес - имидж	Г ₁	Известность компании среди авиаперевозчиков
	Г ₂	Гарантии надежности компании
	Г ₃	Наличие крупных партнеров и известных клиентов
<i>Репутационная составляющая образа авиакомпании</i>		
Д. Коммуникационная политика	Д ₁	Проведение масштабных рекламных и спонсорских мероприятий
	Д ₂	Контакт и работа компании со СМИ
	Д ₃	Стимулирование продаж
Е. Тарифная (ценовая) политика	Е ₁	Цена авиабилета
	Е ₂	Размер взимаемого топливного сбора
	Е ₃	Развитие программы поощрения пассажиров
	Е ₄	Дифференциация тарифов для разных категорий пассажиров
Ж. Стандарт обслуживания клиентов	Ж ₁	Высокое качество трансфера в аэропорт
	Ж ₂	Удобство и альтернатива приобретения билетов

Ключевым моментом процесса управления репутационным риском является выработка управленческого воздействия на данный риск. В связи с

этим, исходя из поставленных задач диссертационного исследования, в целях минимизации репутационного риска был разработан инструментарий выработки управленческого воздействия на данный риск, который представляет собой совокупность маркетинговых, менеджерских и организационных мероприятий, направленных на улучшение образа предприятия (подробно инструментарий представлен в диссертации).

В третьей главе «Апробация методического инструментария оценки и управления репутационным риском на предприятии-авиаперевозчике России» производится практическое апробирование предложенного методического инструментария оценки и управления репутационным риском на ОАО «Аэрофлот – российские авиалинии», а также проведена оценка эффективности управления репутационным риском на предприятии.

В процессе проведения оценки репутационного риска ОАО «Аэрофлот» были выявлены ключевые проблемы усиления репутационного риска ОАО «Аэрофлот» среди его клиентов, а также разработаны рекомендации, направленные на оптимизацию влияния указанного риска за счет поднастройки параметров образа авиаперевозчика под требования потребителей.

В списке литературы представлены книги авторитетных авторов, а также Интернет – ресурсы (информационные источники), непосредственно использованные при проведении диссертационного исследования.

В Приложении представлена информация, иллюстрирующая основную часть диссертационной работы, но не вошедшая в ее основной текст.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

1. Предложен системный комплексный подход к решению актуальной научно-практической проблеме повышения конкурентоспособности и эффективности функционирования предприятий-авиаперевозчиков РФ на основе развития теоретических положений и разработки методического инструментария оценки и управления репутационным риском, обеспечивающий устойчивое развитие и стратегическую стабильность предприятия.

2. Сформированы научно – теоретические основы управления репутационным риском, включающие базовые и основополагающие теории и принципы. Уточнен понятийно-категориальный аппарат управления репутационным риском, в том числе: предложено и обосновано авторское определение репутационного риска предприятия, учитывающее специфические особенности данного риска; раскрыта сущность и проведена дифференциация понятий «имидж», «репутация» и «образ»; раскрыто и обосновано новое содержание понятия «управление репутационным риском».

Предложена принципиально новая классификация репутационного риска. Выявлены, систематизированы и уточнены теоретические положения о сущности и особенностях репутационного риска, расширяющие и совершенствующие теоретическую базу риск-менеджмента, а также, позволившие разработать концептуальные основы управления данным риском,

в основе которых лежит ликвидация разрыва (несоответствия) в восприятии предприятия (его образа) корпоративной аудиторией и самим предприятием на основе управления образом предприятия.

3. Разработана концептуальная модель управления репутационным риском, оригинальность которой заключается в том, что: в основу ее построения заложены ряд важнейших основополагающих принципов управления репутационным риском; структурно концептуальная модель построена из взаимосвязанных однотипных по внутренней структуре блоков, каждый из которых соответствует определенному этапу управления риском. На каждом из этих этапов осуществляются различные действия и процессы, приводящие в итоге к оптимизации влияния репутационного риска на деятельность предприятия.

4. Предложен инструментарий проведения оценки репутационного риска, а именно сформирована методика и предложена процедура проведения оценки репутационного риска. В свою очередь эта оценка обеспечивает обоснованность выработки рационального управленческого воздействия на риск.

5. Разработана универсальная вербальная модель оценки образа предприятия – авиаперевозчика среди потребителей его услуг и система показателей оценки имиджа и репутации предприятия – авиаперевозчика, представляющие большую практическую ценность.

6. Один из важнейших этапов оптимизации репутационного риска является реализация управленческого воздействия на данный риск. В связи с этим, в работе предложен инструментарий выработки управленческого воздействия на репутационный риск, который представляет собой комплекс различных маркетинговых, менеджерских и организационных мероприятий, направленных на снижение влияния репутационных рисков и предотвращение (устранение) его негативных последствий для предприятия за счет поднастройки характеристик образа предприятия под требования целевой аудитории и формирования позитивного образа предприятия в сознании целевых групп.

7. Апробирование и внедрение результатов диссертационной работы в виде теоретических, методических и организационных рекомендаций, предложенных методов и моделей на ОАО «Аэрофлот», а также использование их при оказании консалтинговых услуг позволили снизить уровень репутационных рисков и повысить эффективность функционирования предприятий по отдельным составляющим. При этом частными эффектами внедрения отдельных элементов проекта по управлению репутационным риском на предприятии является: повышение качества управления и эффективности функционирования предприятия, улучшение финансовых и производственных показателей деятельности, повышение уровня защищенности бизнеса, усиление конкурентных преимуществ предприятия и др.

Внедрение результатов исследования в практическую деятельность ведущего авиаперевозчика России и в учебный процесс подтвердило научную обоснованность и практическую целесообразность предложенных автором разработок.

СПИСОК РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих работах:

В ведущих рецензируемых *научных журналах и изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией РФ:*

1. Бадалова А.Г., Коробко М.О. Концептуальная модель управления репутационным риском промышленного предприятия // Вестник МГТУ «Станкин». 2013. № 4(27). С. 115-118. (0,3 п.л./ 0,19 п.л.).

2. Бадалова А.Г., Коробко М.О. Маркетинг – основа управления репутационным риском предприятий // Синергия маркетинга и логистики в инновационном развитии российской экономики: Сб. науч. статей науч.-практ. конф., посвященной 95-летию Финансового университета при Правительстве РФ (Москва, 9 декабря 2013г.). М.: Научные труды Вольного экономического общества. Том 179, 2013. С.355-360. (0,25 п.л./0,15 п.л.).

3. Коробко М. О. Информационно – организационное обеспечение процесса управления репутационным риском на предприятии // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2014. №1. С.99-103. (0,3 п.л.).

4. Коробко М. О. Классификация основных рисков авиапредприятий авиапромышленного комплекса России // Страховое дело. 2014. №1. С.39-41 (0,3 п.л.).

5. Коробко М. О. Анализ и систематизация основных методов и подходов к управлению репутационными рисками предприятий // Управление риском. 2014. №1.С.2-5 (0,4 п.л.).

6. Коробко М. О. Определение, виды и особенности репутационного риска предприятия // Контроллинг. 2014. №1(51). С.18-21 (0,3 п.л.).

В других изданиях:

7. Бадалова А.Г., Коробко М.О. Оценка эффективности управления репутационным риском на авиапредприятиях авиа-промышленного комплекса России // Экономические аспекты развития российской наукоёмкой промышленности: тенденции, проблемы, перспективы: Сб. науч. статей Всеросс. науч.-практ. конф. (Москва, 21-22 апреля 2014г.). М.: МАТИ, 2014. С. 191-196. (0,25 п.л./0,15 п.л.).

8. Коробко М.О. Репутационный риск предприятий авиакомплекса России // Инновации в экономике – 2013: Сб. науч. статей науч.- практ. конф. (Москва, 26 марта 2013г.). М.:ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН», 2013. С.28-30. (0,13 п.л.).

9. Коробко М.О. Основные проблемы управления репутационными рисками предприятий авиакомплекса России // Научный Альманах. Вып.17: Инновации в экономике и менеджменте аэрокосмической промышленности - 2013: Сборник статей науч.-практ. конф. (Москва, 16-18 апреля 2013г.). М.: Доброе слово, 2013. С.100-105. (0,2 п.л.).

10. Коробко М.О. Определение и особенности управления репутационными рисками предприятий авиакомплекса России // Инновации в авиации и космонавтике – 2013: Тез. докл. науч.-практ. конф. (Москва, 16-18 апреля 2013г.). М.: Принт-салон, 2013. С.313-314. (0,1 п.л.).

11. Коробко М. О. Концептуальные основы управления репутационным риском авиапредприятий России//Инновации в экономике – 2014: Сб. науч. статей науч.-практ. конф. (Москва, 25 марта 2014г.). М.:ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН», 2014. С.14-18. (0,2 п.л.).

12. Коробко М. О. Управление репутационным риском авиапромышленного комплекса России: с кого нужно начинать? // Инновации в авиации и космонавтике – 2014: Тез. докл. науч.-практ. конф., посвящённой 75-летию со дня основания ОКБ Сухого (Москва, 22-24 апреля 2014г.). М.: Принт-салон, 2014. С.223. (0,1 п.л.).

13. Коробко М. О. Основы выработки управленческого воздействия на репутационный риск// Научный Альманах. Вып.19: Инновации в экономике и менеджменте в авиации и космонавтике: Сборник статей науч.-практ. конф. (Москва, 22-24 апреля 2014г.). М.: Доброе слово, 2014. С.47-51. (0,2 п.л.).