

*Гусев Сергей Сергеевич*

инженер-энергетик

ПАО «Ростелеком»

г. Москва

## **НАДЕЖНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Аннотация:* в статье изложена надежность деятельности предприятия как основа формирования эффективной деятельности самого предприятия. Следует отметить, что положительная репутация предприятия имеет практическую ценность не только для предприятия, но и для заинтересованных в его деятельности групп участников, а именно, собственников и инвесторов, работников предприятия, покупателей, поставщиков, кредиторов и государственных органов управления. Согласно теории систем, надежность характеризуется, как способность системы сохранять необходимые свойства и параметры, безотказно действовать, эффективно выполнять заданные функции в течение определенного периода времени, а также обеспечивать выживание при неблагоприятных условиях.

*Ключевые слова:* надежность предприятия, эффективность, репутация предприятия, теория систем, ресурсный потенциал.

В современных условиях хозяйствования, для выживания и обеспечения эффективности деятельности, предприятиям целесообразно использовать такие инструменты, которые позволяли бы повышать деловую активность, более рационально использовать свой ресурсный потенциал и привлекать инвестиции. Одним из таких инструментов выступает деловая репутация предприятия. Проблемы формирования деловой репутации предприятия с различных точек зрения изучаются как зарубежными, так и отечественными авторами, но, несмотря на значительное количество работ, вопросы формирования деловой репутации на базе надежности деятельности предприятия изучены недостаточно.

Цель исследования – изучить целесообразность формирования деловой репутации предприятия на основе надежности его деятельности. Деловая репутация предприятия – это комплексное представление о предприятии как субъекте определенного вида деятельности, сформированное у участников делового оборота на базе знаний и опыта взаимодействия, накопленных за длительный период времени. Деловая репутация основывается на конкретных прошедших действиях предприятия и может быть, как положительной, так и отрицательной, так как отражает уровень доверия к предприятию. Сформированная репутация целостная и распространяется, в основном, самостоятельно [3]. Положительная деловая репутация способствует формированию внешнего и внутреннего информационного поля предприятия, созданию и привлечению дополнительных активов, формированию конкурентных преимуществ, достижению устойчивости развития, позволяет получать предприятию дополнительные выгоды, а также выступает каналом «обратной связи», для получения информации о необходимости внесения тех или иных изменений в стратегию управления развитием предприятия [2]. Она является решающим фактором для выживания предприятия в конкурентной борьбе, так как потеря положительной репутации может привести к значительным затратам и даже к ликвидации предприятия. Следует отметить, что положительная репутация предприятия имеет практическую ценность не только для предприятия, но и для заинтересованных в его деятельности групп участников, а именно собственников и инвесторов, работников предприятия, покупателей, поставщиков, кредиторов и государственных органов управления. Так у работников положительная репутация предприятия способствует повышению удовлетворенности от выполненной работы, росту престижности труда, формированию благоприятного морально-психологического климата в коллективе. Положительная деловая репутация предприятия у покупателей формирует лояльность клиента и вызывает дополнительную психологическую склонность к приобретению товаров и услуг данного предприятия, а также позволяет экономить время на поиск товаров и услуг. Для партнеров положительная деловая репутация предприятия является

гарантией надежности заключения сделок и выполнения обязательств, а также является фактором формирования своей положительной репутации [1]. Следовательно, исходя из вышесказанного можно утверждать, что основой формирования положительной репутации и индикатором для своевременного управления ею может выступать такая системная характеристика деятельности предприятия как надежность.

Согласно теории систем, надежность характеризуется, как способность системы сохранять необходимые свойства и параметры, безотказно действовать, эффективно выполнять заданные функции в течение определенного периода времени, а также обеспечивать выживание при неблагоприятных условиях [5]. Но для формирования положительной репутации особый интерес представляет изучение надежности с экономической точки зрения, согласно которой это способность предприятия своевременно и в полном объеме удовлетворять экономические претензии и требования групп интересов. Надежность отражает возможность выживания предприятия, то есть недопущение его банкротства и ликвидации, а также обеспечения процесса простого воспроизводства. Но следует расширить данный подход и учесть, что надежность деятельности предприятия должна отражать, как способность предприятия достигать целей своего функционирования и развития, так и способность обеспечить достижение целей участия в деятельности предприятия для заинтересованных групп, что и будет основой для формирования высокого уровня доверия к предприятию [4].

К созданию положительной репутации необходимо подходить комплексно, так как она зависит от субъекта, который ее воспринимает, но у нее нет целевой аудитории, следовательно, формируется для всех участников делового оборота без ориентира на какую-либо целевую группу. Она состоит из ассоциаций, образов разных субъектов, но она единственная. Создание положительной репутации предприятия целесообразно основывать на обеспечении надежности предприятия как работодателя, продавца, покупателя, заемщика, налогоплательщика и инвестиционной надежности. Выделим критерии надежности деятельности предприятия, которые способствуют формированию положительной

репутации предприятия. Так предприятие как работодателя можно считать надежным, если на предприятии обеспечена гарантированная зарплата, соответствующая рыночному уровню, действуют эффективные системы мотивации и развития карьеры, созданы безопасные условия труда, предоставляются социальные блага и гарантии. Предприятие как продавец является надежным, если в срок предоставляет покупателям качественный и недорогой продукт или услугу, следовательно, критериями надежности с этой позиции являются: низкая цена, высокое качество товаров и услуг, выполнение договорных обязательств, предоставление дополнительного сервиса, снижение уровня дебиторской задолженности. Надежность предприятия как покупателя проявляется в возможности обеспечить прибыльность, взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества. К критериям надежности предприятия можно отнести: платежеспособность предприятия, выполнение договорных обязательств в полном объеме и в срок; обеспечение стабильности заказов, низкий уровень кредиторской задолженности. Предприятие является надежным как заемщик, если своевременно возвращает кредиты или займы с учетом процентов. Критериями надежности являются: высокий уровень финансовой устойчивости и кредитоспособности, положительная кредитная история и низкий уровень или отсутствие задолженности по кредитам. О надежности предприятия как налогоплательщика можно говорить, если оно предоставляет бухгалтерскую и налоговую отчетность в установленной форме в соответствующие государственные органы, а также выплачивает налоговых обязательств перед бюджетом различных уровней в установленные сроки и в полном объеме. Если в результате своей деятельности предприятия обеспечивает стабильное получение высоких дивидендов для собственников и инвесторов, то можно утверждать, что у него высокий уровень инвестиционной надежности. Критериями инвестиционной надежности являются дивидендная устойчивость, чистая прибыль, инвестиционная привлекательность. Используя выделенные критерии, можно оценить уровень надежности деятельности предприятия в целом, а также получить информацию об уровне надежности предприятия как работодателя, как продавца, как покупате-

ля, как заемщика, как налогоплательщика и инвестиционной надежности [4]. Следовательно, если предприятие соответствует выделенным критериям, то его деятельность можно считать надежной. Уровень надежности деятельности предприятия выступает индикатором привлекательности для партнеров по бизнесу и выполнения обязательств и договоров, несмотря на изменения, происходящие как во внешней среде, так и внутри самого предприятия и должен быть положен в основу процессов формирования, управления и сохранения положительной репутации. Обеспечение и поддержание высокого уровня надежности предприятия позволит формировать высокий уровень доверия к предприятию. Следует отметить, что при организации предприятия репутация должна формироваться исходя из обеспечения критериев надежности деятельности предприятия. В дальнейшем использование результатов диагностики надежности позволит корректировать и информационно насыщать репутацию для ее сохранения. Можно утверждать, что первоначально надежность деятельности предприятия должна выступать основой формирования положительной деловой репутации, а при достижении высокого уровня доверия, репутация становится одним из факторов надежности деятельности предприятия.

Таким образом, в ходе исследования определено, что репутация значимый нематериальный ресурс, грамотное управление которым может приносить сверхнормативную прибыль, как предприятию, так и заинтересованным в его деятельности участникам, а также является фактором устойчивого развития в современной конкурентной среде и может стать источником дополнительных конкурентных преимуществ. Формирование, управление и сохранение положительной репутации целесообразно основывать на исследовании уровня надежности деятельности предприятия. Даже частичный учет соответствия выделенным критериям надежности деятельности предприятия позволит повысить уровень доверия к предприятию, разработать правила взаимодействия с заинтересованными группами при недостаточном уровне надежности принимать превентивные меры по локализации негативных тенденций в деятельности предприятия, повысить стратегическую гибкость и сохранить деловую репутацию.

### *Список литературы*

1. Быкова Ю.Н. Деловая репутация как критерий финансовой устойчивости компании: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 11.02.2009, 15.08.2008 / Быкова Ю.Н. – М., 2008. – 27 с.
2. Горин С.В. Деловая репутация организации / Горин С.В. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 256 с.
3. Сметанин А.М. Оценка гудвилла в принятии финансовых решений: дис. ... канд. экон. наук / Сметанин А.М. – Волгоград, 2005. – 208 с.
4. Сулыма А.И. Формирование системы показателей для оценивания надежности деятельности предприятия / А.И. Сулыма // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2018. – №3 (44). – С. 94–103.
5. Шумилова Ю.А. Управление надежностью экономики предприятия на основе диагностики его состояния: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Тюмень, 2003. – 170 с.