

## **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РЕПУТАЦІЇ ТА ІМІДЖУ БІЗНЕСУ: КЛЮЧОВІ ВІДМІННОСТІ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ**

**Канюка В.С.**

*Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси*

В роботі розглянуто питання співвідношення та взаємозв'язку репутації та іміджу бізнесу в сучасному конкурентному середовищі.

В контексті сучасних досліджень в сфері управління бізнесом, репутація та імідж бізнесу розглядаються як взаємопов'язані, але різні концепти. Репутація бізнесу визначається як сукупність оцінок та суджень стейкхолдерів, сформованих на основі довготривалого досвіду взаємодії з організацією та її діяльністю; характеризується стійкістю, об'єктивністю та складністю модифікації. Імідж бізнесу, натомість, представляє собою цілеспрямовано сконструйований образ компанії, спрямований на формування певного сприйняття цільовою аудиторією; відрізняється більшою пластичністю, суб'єктивністю та можливістю оперативної трансформації. Ключові відмінності між репутацією та іміджем бізнесу характеризуються: тривалістю формування – репутація напрацьовується довгостроково, імідж – може створюватися за доволі короткий проміжок часу; основою формування – репутація базується на фактичному досвіді, імідж – на цілеспрямованих комунікаціях; стійкістю – репутація більш стабільна, імідж – мінливіший; об'єктивністю – репутація тяжіє до об'єктивності, імідж може бути суб'єктивним.

Взаємозв'язок між репутацією та іміджем бізнесу характеризується складною системою взаємодій та взаємовпливів, що відіграють ключову роль у формуванні сприйняття організації стейкхолдерами. Наведемо деякі аспекти такого взаємозв'язку: позитивна репутація посилює ефективність іміджевих кампаній, тоді як вдало сформований імідж сприяє зміцненню репутації; у кризових ситуаціях стійка репутація може нівелювати тимчасові негативні флуктуації іміджу, і навпаки; зміни в іміджі можуть ініціювати трансформації репутації, які, в свою чергу, впливають на подальші модифікації іміджу; узгодженість репутації та іміджу підвищує довіру до бізнесу та посилює його конкурентні позиції; репутація більшою мірою впливає на довгострокові рішення стейкхолдерів, тоді як імідж часто визначає короткострокові реакції; гнучкість іміджу дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, створюючи підґрунтя для поступової трансформації репутації. Отже, взаємозв'язок між репутацією та іміджем бізнесу проявляється як: синергетичний ефект, компенсаторний механізм, рекурсивний зв'язок, інтегративна функція, диференціальний вплив, адаптивна взаємодія.

### **Література:**

1. Трач О.Ю., Карий О. І. Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток територій, організацій та окремих осіб.  
URL : <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/88aed8a2-3d5e-4e01-8072-3ca685f62570/content>