

# Цифровизация управления репутационным капиталом компании

Рассматриваются этапы цифровизации деятельности компании, систематизируются основные программные средства и технологии управления элементами репутационного капитала компаний. Приводятся направления минимизации рисков и их влияния на развитие репутационного капитала

**К**онкурентоспособность функционирования и развития современных социально-экономических систем различного масштаба и специализации, в том числе компаний разных форм собственности и отраслей экономики, в значительной степени зависит от нематериальных финансово-экономических ресурсов, в частности от качества воспроизводства репутационного капитала. Последний в наиболее общем виде представляет собой синтез деловой репутации компании, сложившейся на отраслевом рынке и в национальном и (или) региональном финансово-экономическом пространстве в целом, имиджа субъекта хозяйствования, его бренда, особенностей организационной культуры компании и действующих в ее рамках кросс-культурных коммуникаций различных групп персонала и т.п.

В контексте интенсивного развития постиндустриальной цифровой социально-экономической системы функционирования экономических объектов различного профиля, включая репутационный капитал компаний, современные условия хозяйствования должны соответствовать ряду базовых принципов — определенных требований, обеспечивающих долгосрочный устойчивый рост уровня конкурентоспособности и, как следствие, финансово-экономической эффективности деятельности предпринимательских структур.

Традиционно в специальной литературе выделяют такие принципы эффективного развития репутационного капитала, как объективность, системность, синергизм, научная обоснованность.

Интеграция современных компаний в пространство цифровой экономики должна включать ряд последовательных этапов. Необходимо отметить,

что их верификации уделяется недостаточное внимание в специальной литературе, посвященной особенностям и проблемам цифрового управления развитием субъектов хозяйствования.

## Методы и этапы исследования

**В**ыделим следующие базовые этапы использования возможностей цифровизации в операционной и управленческой деятельности современных компаний:

**1.** Обоснование целесообразности совершенствования процессов цифровизации деятельности организации. На данном этапе аргументируется необходимость развития и совершенствования систем управления цифровизацией деятельности конкретной компании. Теоретически фактическая степень цифровизации развития организации может быть достаточной, и дальнейшее существенное расширение возможностей цифрового управления приведет к увеличению не вполне оправданных финансово-экономических рисков при недостаточности экономического эффекта, который обычно сопряжен с процессами цифровизации деятельности фирм в современных условиях хозяйствования.

При решении вопроса о расширении использования потенциала цифровизации в финансово-экономической деятельности организации целесообразно учитывать систему основных факторов:

- ▶ стратегию развития компании в целом;
- ▶ стратегию в области развития и совершенствования цифрового управления, имеющиеся кадровые, организационные, финансовые и иные ограничения реализации различных вариантов такого рода стратегии;
- ▶ соответствие организационной структуры управления ИТ-процессами ком-

**А.А. Сафина<sup>1</sup>**

Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ),  
канд. экон. наук,  
mitchl@mail.ru

**Д.Ш. Усанова<sup>1</sup>**

КФУ, канд. экон. наук

<sup>1</sup> доцент, г. Казань, Республика Татарстан, Россия

Для цитирования: Сафина А.А., Усанова Д.Ш. Цифровизация управления репутационным капиталом компании // Компетентность / Competency (Russia). — 2023. — № 6. DOI: 10.24412/1993-8780-2023-6-18-26

## ключевые слова

эффективное развитие, базовые принципы, объективность, системность, операционная и управленческая деятельность

пании современному состоянию цифровой экономики, в том числе ее виртуального сегмента;

► институциональные особенности регулирования национального сегмента цифровой экономики, возможные коллизии и проблемы отечественного законодательства в области цифровизации (цифровых рынков, цифровых платформ, виртуальных финансовых активов и т.п.);

► современное состояние и тенденции развития виртуальных рынков информации, услуг, финансовых ресурсов, труда, интернет-консалтинга, виртуальных расчетов и т.п.

Для качественной реализации данного этапа цифровизации деятельности компании необходима хорошая организация плано-аналитической работы в области исследования, планирования и прогнозирования эффективности факторов и проблем системы цифрового управления развитием субъекта хозяйствования.

**2.** Выделение наиболее рациональных направлений цифровизации. В соответствии с предлагаемым подходом они должны рассматриваться со следующими основными задачами доминантного в современной экономической науке понимания структуры цифровой экономики:

► интенсификация использования универсальных и специализированных ИТ-технологий и ИТ-систем в рамках операционной и управленческой деятельности компании;

► активизация процессов интеграции компании в структуру виртуальных рынков труда, капитала, услуг и т.п.

**3.** Определение степени интеграции компании в пространство виртуального сегмента цифровой экономики. Следует отметить, что теоретически возможным является ряд последовательных стадий интеграции современных компаний коммерческого сектора в пространство виртуального сегмента цифровой экономики (табл. 1). Выбор

Таблица 1

**Основные стадии использования потенциала виртуального сегмента цифровой экономики в деятельности современных компаний и развитии их репутационного капитала (систематизировано авторами)**

**[The main stages of using the potential of the virtual segment of the digital economy in the modern companies activities and the development of their reputational capital (systematized by the authors)]**

<b>Стадии интеграции компаний в пространство виртуального сегмента цифровой экономики [Stages of integration of companies into the space of the virtual segment of the digital economy]</b>	<b>Основное содержание стадий [The main content of the stages]</b>
1. Минимальное использование сети интернет для коммуникаций	Пользование ресурсами электронной почты и мессенджеров для коммуникаций специалистов компании с внешними контрагентами
2. Создание и развитие сайта компании в его презентационной версии	Формирование сайта компании, его информационное (но не маркетинговое) наполнение, повышение на данной основе узнаваемости бренда субъекта хозяйствования
3. Активные продажи через интернет	Использование потенциала интернета для продаж товаров, работ, услуг компании как через собственный сайт, так и на основании использования услуг виртуальных посредников, например маркетплейсов. Активное применение маркетингового инструментария SEO-менеджмента и SMM-маркетинга компании, формирование индивидуальных и коллегияльных программ потребительской лояльности в виртуальной экономике
4. Интенсивная интеграция в структуру виртуальных рынков капитала	Активное и разноплановое взаимодействие компании с виртуальными инвестиционными компаниями, интернет-банками, виртуальными фондами, возможное формирование ICO компании и ее проектов и стартапов на виртуальных биржах криптоактивов
5. Активное использование потенциала виртуального аутсорсинга	Виртуальный аутсорсинг как непрофильных, так и ключевых процессов развития компании внешним контрагентам в рамках виртуального сегмента цифровой экономики. Широкое использование потенциала удаленной занятости
6. Создание и продвижение цифровых платформ компании	Формирование собственной цифровой платформы компании или группы цифровых платформ в разрезе стратегических зон хозяйствования организации (СЗХ), их продвижение на рынке информационных продуктов
7. Комплексная виртуализация всех бизнес-процессов развития компании	Трансформация субъекта хозяйствования традиционного типа в виртуальную корпорацию. Высшая комплексная стадия использования компанией информационного и экономического потенциала современной цифровой экономики

**справка**

**ICO (Initial Coin Offering)** — форма привлечения инвестиций в виде продажи инвесторам фиксированного количества новых единиц криптовалют, полученных разовой или ускоренной генерацией. Помимо этого, термин ICO часто заменяется словом «краудсейл»

наиболее потенциально предпочтительной стадии непосредственно зависит от отраслевой принадлежности компании, выбранной стратегии цифровизации, ресурсных и институциональных возможностей и ограничений в части долгосрочного развития и совершенствования системы цифрового управления.

**4.** Мобилизация финансовых ресурсов, необходимых для совершенствования процесса цифровизации деятельности компании. Финансирование процесса цифровизации деятельности организации может осуществляться на основании как собственных, так и привлеченных финансовых ресурсов компании. Вместе с тем, Р. Абрамс, в частности, отмечает, что широкое использование заемного капитала (в первую очередь долгосрочного банковского кредита) на цели финансирования проектов цифровизации компаний не вполне оправданно ввиду традиционно высокого риска реализации последних, недостаточной определенности финансовых потоков компании, которые могут быть потенциально получены в результате интенсификации процессов цифровизации.

Кроме того, на цели развития процессов цифровизации деятельности частных компаний могут быть частично направлены бюджетные средства, например в виде целевых грантов. В национальной экономике РФ такого рода гранты из средств бюджетов различного уровня, а также ресурсов государственных внебюджетных фондов иногда предоставляются на цели развития процессов цифровизации преимущественно экономических субъектов сферы малого и среднего предпринимательства.

**5.** Совершенствование воспроизводства человеческого потенциала в целях развития процессов цифровизации деятельности организации. Данный этап общего процесса цифровизации, по нашему мнению, носит принципиальный характер, поскольку от качества развития человеческого капитала компании и проекта непосредственно зависит уровень финансово-экономической эффективности их функ-

ционирования в целом, в том числе результативность внедрения и совершенствования различного рода цифровых технологий.

При этом основными направлениями совершенствования воспроизводства человеческого капитала компаний или проектов в процессе цифровизации деятельности последних являются:

▶ интенсивное внедрение в компании инструментария корпоративного виртуального образования, преимущественно основанного на широком использовании потенциала современных систем e-learning;

▶ активное использование облачных технологий и органайзеров в части управления деятельностью отдельных сотрудников и проектных команд в структуре компании (например, органайзера Trello);

▶ формирование и развитие цифровых технологий управления карьерой сотрудников, цифровых методов создания и совершенствования прозрачных КРП, от динамики которых должен непосредственно зависеть уровень материального вознаграждения различных групп сотрудников компании;

▶ внедрение и развитие специальных IT-технологий эффективного управления трудовой деятельностью тех сотрудников, чей потенциал используется на постоянной или временной основе с помощью механизмов удаленной занятости.

**6.** Организация и развитие партнерских связей и отношений по вопросам цифровизации деятельности организации. Основными принципами организации и осуществления партнерских связей в пространстве современной цифровой экономики, по нашему мнению, должны быть прозрачность (информационная прозрачность) такого рода взаимодействий, их взаимовыгодность, стратегическая ориентация большинства кооперационных и интеграционных связей в рамках цифровой экономики, нацеленность на генерирование существенного синергетического эффекта от их реализации.

Основными стратегическими партнерами компаний традиционного

сектора и инициаторов проектов или стартапов в пространстве современной цифровой экономики являются:

- ▶ IT-компании, осуществляющие разработку и сопровождение ERP-систем управления деятельностью организаций, а также иного программного обеспечения;
- ▶ маркетплейсы;
- ▶ партнеры в сфере формирования и реализации программ потребительской лояльности в рамках виртуального сегмента цифровой экономики, в том числе социальные сети и поисковые системы;
- ▶ виртуальные инвестиционные компании, интернет-фонды, виртуальные банки по вопросам возможного финансирования деятельности организаций и проектов традиционного (офлайн) сектора экономики;
- ▶ партнеры в области организации и осуществления возможных ICO (Initial Coin Offering) компании или проекта на виртуальных рынках капитала, в первую очередь биржи криптоактивов;
- ▶ стратегические партнеры в области виртуального аутсорсинга, краудсорсинга, краудфандинга или краудинвестинга и др.

**7. Управление рисками, вытекающими из интенсивных процессов интеграции компании в пространство современной цифровой экономики.**

Интенсивная цифровизация деятельности современных компаний сопряжена с определенными, порой достаточно существенными, финансово-экономическими рисками. Необходимо отметить, что вопросам управления такого рода специфическими рисками не уделяется должное внимание в имеющейся специальной литературе по рассматриваемой нами проблеме. Соответственно нами выделены основные риски, сопутствующие активной интеграции субъектов хозяйствования в пространство современной цифровой экономики, и определены наиболее рациональные направления их минимизации (табл. 2).

**8. Контроль эффективности процесса интеграции компании в цифровую экономику.**

**9. Оценка финансово-экономической эффективности процесса цифровизации деятельности организации.**

Систематизируем основные направления использования экономического потенциала цифровизации в деятельности современных субъектов хозяй-

Таблица 2

**Основные риски цифровизации деятельности современных компаний, их влияние на развитие репутационного капитала и рациональные направления их минимизации (по материалам собственных исследований авторов)  
 [The main risks of digitalization of the modern companies activities, their impact on development of reputational capital and rational ways to minimize them (authors own research)]**

Основные риски цифровизации деятельности компаний [The main risks of digitalization of companies activities]	Базовые направления минимизации рисков [Basic directions of risk minimization]
1. Риск получения существенных массивов нерелевантной информации из виртуального пространства	Комплексная верификация информационного потока, получаемого из сети интернет. Использование передовых средств и технологий оценки релевантности и отбора информации
2. Риск недобросовестности партнерских связей с субъектами виртуального сегмента цифровой экономики	Предварительная тщательная проверка потенциальных виртуальных бизнес-партнеров. Построение контрактов с партнерами в рамках виртуального пространства на основании принципов технологии блокчейн и смарт-контрактинг
3. Риск небезопасности финансовых расчетов в виртуальном пространстве	Диверсификация инструментов виртуальных финансовых расчетов. Максимальное использование безопасных инструментов финансовых коммуникаций
4. Риск переоценки емкости виртуальных рынков сбыта товаров, работ, услуг	Диверсификация виртуальных рынков сбыта. Комплексное использование потенциала интернет-маркетинга на виртуальных отраслевых рынках
5. Риск получения финансовых ресурсов на виртуальных рынках капитала на не вполне благоприятных условиях	Диверсификация источников финансирования в виртуальном пространстве. Страхование финансовых рисков, в том числе на основании использования услуг виртуальных страховых организаций
6. Риск недобросовестного виртуального консалтинга	Предварительная тщательная проверка виртуальных консультантов. Комплексная юридическая проработка широкого круга аспектов взаимодействия с ними

---

Традиционно в специальной литературе выделяют такие принципы эффективного развития репутационного капитала, как объективность, системность, синергизм, научная обоснованность

---

ствования. Так, в операционной (производственной) активности компаний цифровизация может применяться в таких основных направлениях, как:

- ▶ стандартизация программного обеспечения, используемого в оперативной деятельности цехов, участков, отделов, иных подразделений организации как производственного, так и обслуживающего процесс характера;

- ▶ внедрение и развитие современной ERP-системы управления производственными процессами, позволяющей комплексно осуществлять автоматизацию операционной деятельности компании, реализовывать функцию оперативного контроля за эффективностью производственного процесса, быстро выявлять проблемные места в рамках его организации и осуществлять мероприятия по минимизации указанных проблем производственного менеджмента;

- ▶ формирование и совершенствование единой локальной сети взаимодействия всех подразделений организации, включающей базу знаний, инструменты формализованного и неформального общения сотрудников, комплекс норм и стандартов регламентации производственного процесса, обеспечения производственной безопасности и т.п.;

- ▶ цифровое управление процессами производственного аутсорсинга — удаленного размещения ряда производственных мощностей, которое в настоящее время достаточно широко практикуется немалым числом компаний, преимущественно достаточно крупных субъектов хозяйствования обрабатывающих отраслей экономики.

В сфере управления маркетинговой деятельностью организации основны-

ми направлениями использования потенциала цифровизации являются:

- ▶ формирование современных систем обработки маркетинговой информации (верификация потока такого рода информации, проверка ее релевантности, экспертные системы и экономико-статистические пакеты, ориентированные на определение устойчивых связей между различными параметрами маркетингового развития компании);

- ▶ обеспечение маркетинговой составляющей сайта компании, в первую очередь возможности прямых продаж через данный ресурс, а также формирования на основании потенциала сайта разного рода систем маркетингового стратегического партнерства организации, развития ее брендов на отраслевых рынках;

- ▶ создание и развитие системы SEO-менеджмента — оптимизации размещения компании и ее брендов (товарных групп) в ведущих поисковых системах;
- ▶ внедрение и совершенствование технологий SMM-маркетинга — маркетинговой активности компании в пространстве современных социальных сетей, в первую очередь Инстаграм, Ютуб-каналов, ВКонтакте и др.;

- ▶ цифровизация индивидуальных программ потребительской лояльности, формируемых и осуществляемых организацией (скидки, дисконты, системы кешбэка и т.п. маркетинговые инструменты в отношении устойчивых групп потребителей продукции, работ, услуг компании);

- ▶ цифровизация коллегияльных программ потребительской лояльности, в которых принимает участие компания с целью повышения эффективности продвижения своих брендов на отраслевых рынках сбыта;

- ▶ автоматизация процессов оперативного и стратегического взаимодействия с различными группами маркетинговых и сбытовых партнеров организации (дилерами, руководством филиалов и представительств компании и т. п.);

- ▶ цифровизация менеджмента складского хозяйства компании в направлении комплексной оптимизации склад-

ских запасов, минимизации на данной основе величин удельных операционных и транзакционных издержек, связанных со сбытовыми процессами;

- ▶ возможное формирование и развитие собственной цифровой платформы сбытового и маркетингового характера;
- ▶ возможное автоматизированное взаимодействие компании с цифровыми маркетплейсами и службами доставки (целесообразно для компаний, продающих товары народного потребления);
- ▶ цифровое управление процессами возможного логистического (складского) аутсорсинга организации.

В сфере формирования и использования финансовых потоков компании основными направлениями использования потенциала цифровизации выступают:

- ▶ формирование и развитие единой автоматизированной системы менеджмента финансовой деятельности организации, которая может быть либо частью общей ERP-системы управления, либо носит автономный, но интегрированный с другими системами автоматизации деятельности организации характер;
- ▶ использование современных технологий автоматизированной обработки существенных массивов (big data) финансово-экономической информации о компании, рынках капитала, партнерах по финансовой деятельности и т.п.;
- ▶ цифровизация взаимодействия с внешними финансовыми контрагентами компании;
- ▶ обеспечение эффективной защиты финансово-экономической информации организации;
- ▶ цифровизация процессов выхода на виртуальные рынки капитала, в том числе посредством организации и осуществления ICO на современных биржах криптоактивов.

В области управления персоналом организации основными направлениями использования возможностей цифровизации в современных условиях хозяйствования являются:

- ▶ определение, на основании использования современных программных продуктов, в первую очередь пакетов ста-

тистического анализа, долгосрочной перспективной потребности в персонале определенного образовательно-квалификационного уровня, необходимого для обеспечения эффективной деятельности организации;

- ▶ цифровизация процессов первичного отбора кандидатов на вакантные должности в организации и их найма на работу;

- ▶ внедрение общей системы автоматизированного управления оперативной деятельностью сотрудников производственного и непроизводственного профиля, включая системы их оптимальной, максимально безопасной и продуктивной расстановки в рамках организации, наиболее рационального осуществления отдельных видов трудовых операций, результативной организации трудовых коммуникаций в процессе текущей производственной деятельности и т.п.;

- ▶ автоматизация процессов мотивации и стимулирования трудовой деятельности сотрудников компании, включая цифровые KPI различных подразделений и конкретных специалистов;

- ▶ формирование и развитие автоматизированных систем управления карьерой сотрудников;

- ▶ развитие и совершенствование системы дистанционного корпоративного образования без отрыва или с минимальным отрывом от основной деятельности сотрудников (e-learning);

- ▶ внедрение эффективных автоматизированных систем и технологий кадрового менеджмента в отношении сотрудников, чей трудовой потенциал используется на основании удаленной занятости, что особенно актуально в условиях вероятного длительного сценария развития пандемийного кризиса 2020–2021 гг.;

- ▶ использование в рамках оперативного менеджмента организации цифровых органайзеров, например облачной технологии Trello, ориентированной на обеспечение оптимального текущего управления формированием и развитием проектных команд организации.

В сфере инвестиционной и инновационной деятельности наибо-

лее актуальными направлениями использования возможностей цифрового управления на современном этапе функционирования и развития цифровой экономики являются:

- ▶ формирование, развитие и совершенствование автоматизированного банка данных инвестиционных и (или) инновационных проектов, разрабатываемых и планируемых к реализации организацией, — основной целью такого рода банка данных является поиск возможных стратегических соинвесторов;
- ▶ возможное создание и обеспечение эффективного функционирования цифровой инвестиционной платформы организации, например используемой с целью организации и развития крауд-инвестиционной или краудфандинговой деятельности;
- ▶ цифровое взаимодействие с внешними партнерами в сфере науки и инноваций (организациями высшего образования, научно-исследовательскими институтами, объектами федеральной и региональной инновационной инфраструктуры и т.п.);
- ▶ внедрение и совершенствование цифровых экспертных систем оценки экономической эффективности и рисков формирования и развития инвести-

ционных и инновационных проектов и программ субъекта хозяйствования.

Наконец, в области реализации такой значимой специальной функции менеджмента современными крупными и средними организациями различных отраслей экономики, в особенности функционирующими в правовых формах АО или ПАО, как корпоративное управление, основными направлениями использования экономического потенциала цифровизации, по мнению авторов, являются:

- ▶ формирование и обеспечение действенного функционирования корпоративной информационной системы, включающей возможности цифровых коммуникаций различных групп акционеров (собственников) организации с представителями топ-менеджмента по различным вопросам стратегического и тактического развития субъекта хозяйственной деятельности;
- ▶ обеспечение, в соответствии с нормами национального законодательства об акционерных обществах и раскрытии информации, максимально полного, прозрачного представления финансово-экономической и иной значимой информации о развитии организации через цифровые ресурсы и системы;

Таблица 3

**Основные программные средства и цифровые технологии управления элементами репутационного капитала современных компаний [The main software tools and digital technologies for managing elements of the reputation capital of the modern companies]**

Элементы репутационного капитала компании [Company's reputation capital elements]	Программные средства и иные цифровые технологии [Software and other digital technologies]
Имидж компании на соответствующих сегментах отраслевого рынка	Автоматизированные системы управления PR, коммуникации с виртуальными лояльными блогерами, СУБД, включающая данные об управлении процессами формирования имиджа компаний-конкурентов
Бренд компании, особенности его восприятия целевыми сегментами потребительского рынка	SEO-менеджмент, SMM-маркетинг, автоматизированные системы управления коалиционными программами потребительской лояльности, оперативная виртуальная служба технической поддержки потребителей, программная интеграция бренда и цифровой платформы менеджмента компании
Организационная культура компании	Автоматизированные системы управления карьерой сотрудников, производственные органайзеры (Trello и проч.), обучающие программы типа VR и AR, виртуальные системы психологического тестирования и аттестации сотрудников
История компании в правовом пространстве	Правовые базы данных, использование элементов искусственного интеллекта (ИИ) для оптимизации репутации компании в пространстве современной экономики
Индивидуальная репутация топ-менеджмента и мажоритарных собственников компании	Автоматизированные системы контроля персонала, оценки рисков некорректного, например коррупционного, поведения отдельных представителей топ-менеджмента. Системы электронных корпоративных закупок и подрядов на капитальное строительство и ремонт основных фондов
Социальная ответственность субъекта предпринимательства	Программные средства управления благотворительными и иными социально ориентированными программами субъекта хозяйствования

► цифровое управление процессами возможной корпоративной интеграции компании (в рамках проектов слияний и поглощений, формирования и развития финансово-промышленных групп и холдинговых структур).

Средства цифрового управления могут быть дифференцированы в зависимости от элементов репутационного капитала компании (табл. 3).

### Результаты исследования и их практическая значимость

Эффективность развития современных компаний различных форм собственности, отраслей экономики и масштаба операционной деятельности, в особенности относительно крупных корпоративных структур, непосредственно зависит не только

от материально-вещественного капитала (основных производственных фондов, оборотных активов, земельных ресурсов), но и от нематериальных его форм, одной из которых, наряду с человеческим капиталом и нематериальными активами организации, выступает ее репутационный капитал.

От степени согласованности, сбалансированности, конгруэнтности указанных основных направлений цифровизации деятельности современных организаций непосредственно, в условиях интенсивного развития мировой цифровой экономики в целом, зависят возможности повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования различного масштаба, форм собственности и профиля производственной деятельности.

*Статья поступила  
в редакцию 20.04.2023*

### Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. — М.: Бек, 2022.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. — М.: Альпина Паблишер, 2022.
3. Авсянников Н.М. Инновационный менеджмент. — М.: РУДН, 2011.
4. Аграмакова О.В., Соболева Е.Н. Сетевые формы реализации программ подготовки инженерных кадров, готовых к инновационной деятельности // Ученые записки Международного банковского института. — 2017. — № 2.
5. Адизес И. Стили менеджмента — эффективные и неэффективные. — М.: Альпина Паблишер, 2022.
6. Адизес И. Управление жизненным циклом корпораций. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022.
7. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Особенности формирования организационной культуры в современной России // Теория коммуникации и прикладная коммуникация: Сб. науч. трудов. Вестник Российской коммуникативной ассоциации. — Вып. 1 / Под общ. ред. И.Н. Розиной. — Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2012.
8. Алешина Л.А., Заглада Т.П. Исследования репутационного капитала предприятия // Молодой ученый. — 2016. — № 18.
9. Алиев В.Г. Теория организации. — М.: Экономика, 2022.
10. Алиханов А.А. Управление издержками на развитие организационной культуры компании: дисс. к.э.н. — М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2012.
11. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. — М.: Дело, 2022.
12. Ахметов А.Б. Проблемы кросс-культурных коммуникаций в современном пространстве организационного развития // Маркетинг взаимодействия в инновационной экономике: материалы Межд. науч.-практ. конф. — СПб: СПГУЭиФ, 2018.
13. Бадишин Р.И. Теория и практика управления брендами. — М.: Армада, 2021.
14. Большов А.В. Менеджмент: теория и практика. — Казань: КФЭИ, 1997.
15. Большов А.В., Хайруллина А.Д. Риск-менеджмент. — Казань: КФЭИ, 2000.
16. Сафина А.А., Габдуллин Н.М., Галямов И.И. Модель оценки репутационного капитала организации // Инновации и инвестиции. — 2023. — № 2.
17. Сафина А.А. Особенности эффективного развития репутационного капитала компании // Проблемы современной экономики. — 2023. — № 1.
18. Сафина А.А. Особенности разработки репутационной стратегии компании // XI Межд. молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам (ISMEF-2022): Сб. науч. трудов. — Казань, 2022.
19. Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутация: от узнаваемости к доверию // Казанский экономический вестник. — Казань, 2022. — Вып. 3(59).
20. Сюй Ц., Селищева Т.А. Цифровизация как мощный фактор модернизации экономики // Проблемы современной экономики. — 2022. — № 4.
21. Якимов А.В. Направления влияния репутационного капитала на эффективность современных организаций // Вопросы экономики и управления. — 2018. — № 7.
22. Safiullin M.R., Elshin L.A., Prygunova M.I. Mechanisms and methods of statistical analysis and accounting of the phase shifts at cyclic development of economy in the conditions of increased uncertainty of institutional and market environment // International Journal of Applied Business and Economic Research. — 2016. — Т. 14. — № 15.
23. Safiullin A.R., Shakirzyanov N.R., Ravzieva D.I. Infrastructure for regional development investment projects // Journal of Social Sciences Research. — 2018. — Т. 2018. — № 1.
24. Shein E. Organization culture and leadership. — Washington: The Jossey-Bass Business & Management Series, 2016.
25. Stanford N., Cass K. Organization culture. — New York, 2013.
26. Van G. The efficiency of capitalism. — Washington: Independently Published, 2022.



# Digitalization of the Company's Reputational Capital Management

**A.A. Safina**<sup>1</sup>, Kazan (Volga Region) Federal University (KFU), PhD (Ec.), mitchl@mail.ru  
**D.Sh. Usanova**<sup>1</sup>, KFU, PhD (Ec.)

<sup>1</sup> Associate Professor, Kazan, Republic of Tatarstan, Russia

**Citation:** Safina A.A., Usanova D.Sh. Digitalization of the Company's Reputational Capital Management, *Kompetentnost' / Competency (Russia)*, 2023, no. 6, pp. 18–26.  
DOI: 10.24412/1993-8780-2023-6-18-26

## key words

effective development, basic principles, objectivity, consistency, operational and management activities

Reputation capital in our post-industrial digital world is a synthesis of the image and brand of a company as a business entity and the business reputation that has developed in the industry or regional market, the features of organizational culture and functioning, we believe. It should be noted that this is not a material financial and economic resource at all, but the quality of reproduction of reputational capital largely depends on the steady growth of the level of competitiveness and efficiency of the organization.

In the course of our research, we have consistently reviewed the stages and systematized the most relevant and rational ways to use the opportunities of digital management of the development of business entities, including the reputational capital of companies. Intensive digitalization of companies' activities is sometimes associated with considerable material and financial risks. We have identified the main risks and identified the most significant ways to minimize them. Digital management tools can be differentiated depending on the elements of the reputation capital of a modern company — a specially created table is devoted to this issue.

## References

1. Civil Code of the Russian Federation, Moscow, *Bek*, 2022, 228 P.
2. Labor Code of the Russian Federation, Moscow, *Al'pina Pablisher*, 2022, 174 P.
3. Avsyannikov N.M. Innovatsionnyy menedzhment [Innovation management], Moscow, *Izd-vo RUDN*, 2011, 144 P.
4. Agramakova O.V., Soboleva E.N. Setevye formy realizatsii programm podgotovki inzhenernykh kadrov, gotovykh k innovatsionnoy deyatel'nosti [Network forms for the implementation of training programs for engineering personnel, ready for innovation], *Uchenye zapiski Mezhdunarodnogo bankovskogo instituta*, 2017, no. 2.
5. Adizes I. Stili menedzhmenta — effektivnye i neeffektivnye [Effective and inefficient management styles], Moscow, *Al'pina Pablisher*, 2022, 288 P.
6. Adizes I. Upravlenie zhiznennym tsiklom korporatsiy [Corporate life cycle management], Moscow, *Mann, Ivanov i Ferber*, 2022, 512 P.
7. Akperov I.G., Maslikova Zh.V. Osobennosti formirovaniya organizatsionnoy kul'tury v sovremennoy Rossii [Features of the organizational culture formation in modern Russia] *Teoriya kommunikatsii i prikladnaya kommunikatsiya: Sb. nauch. Trudov. Vestnik Rossiyskoy kommunikativnoy assotsiatsii*, no. 1, Rostov-on-Don, *IUBiP*, 2012, 200 P.
8. Aleshina L.A., Zaglada T.P. Issledovaniya reputatsionnogo kapitala predpriyatiya [Studies of the reputational capital of an enterprise], *Moloday uchenyy*, 2016, no. 18, pp. 222–227.
9. Aliev V.G. Teoriya organizatsii [Theory of organization], Moscow, *Ekonomika*, 2022, 431 P.
10. Alikhanov A.A. Upravlenie izderzhkami na razvitiye organizatsionnoy kul'tury kompanii [Cost management for the development of the organizational culture of the company], *PhD (Ec.) dissertation*, Moscow, *REU im. G.V. Plekhanova*, 2012, 154 P.
11. Meskon M. H., Albert M., Khedouri F. Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of management], Moscow, *Delo*, 2022, 672 P.
12. Akhmetov A.B. Problemy kross-kul'turnykh kommunikatsiy v sovremenom prostranstve organizatsionnogo razvitiya [Problems of cross-cultural communications in the modern space of organizational development], *Marketing vzaimodeystviya v innovatsionnoy ekonomike: materialy Mezhd. nauch.-prakt. konf.*, St. Petersburg, *Izd-vo SPGUEIF*, 2018, 47 P.
13. Badishin R.I. Teoriya i praktika upravleniya brendami [Theory and practice of brand management], Moscow, *Armada*, 2021, 458 P.
14. Bol'shov A.V. Menedzhment: teoriya i praktika [Management: theory and practice], Kazan, *Izd-vo KFEI*, 1997, 179 P.
15. Bol'shov A.V., Khayrullina A.D. Risk-menedzhment [Risk management], Kazan, *Izd-vo KFEI*, 2000, 82 P.
16. Safina A.A., Gabdullin N.M., Galyamov I.I. Model' otsenki reputatsionnogo kapitala organizatsii [The model for assessing the reputational capital of an organization], *Innovatsii i investitsii*, 2023, no. 2, pp. 88–95.
17. Safina A.A. Osobennosti effektivnogo razvitiya reputatsionnogo kapitala kompanii [Features of the effective development of the company's reputational capital], *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 2023, no. 1, pp. 74–83.
18. Safina A.A. Osobennosti razrabotki reputatsionnoy strategii kompanii [Features of the development of the company's reputational strategy], *XI Mezhd. molodezhnyy simpozium po upravleniyu, ekonomike i finansam (ISMEF-2022): Sb. nauch. trudov*, Kazan, 2022, pp. 501–503.
19. Safiullin M.R., Pavlova Kh.A. Reputatsiya: ot uznavaemosti k doveriyu [Reputation: from recognition to trust], *Kazanskiy ekonomicheskii vestnik*, Kazan, 2022, no. 3(59), pp. 17–24.
20. Syuy Ts., Selishcheva T.A. Tsifrovizatsiya kak moshchnyy faktor modernizatsii ekonomiki [Digitalization as a powerful factor in the modernization of the economy] *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 2022, no. 4, pp. 137–140.
21. Yakimov A.V. Napravleniya vliyaniya reputatsionnogo kapitala na effektivnost' sovremennykh organizatsiy [Directions of reputational capital influence on the modern organizations efficiency], *Voprosy ekonomiki i upravleniya*, 2018, no. 7, pp. 31–33.
22. Safiullin M.R., Elshin L.A., Prygunova M.I. Mechanisms and methods of statistical analysis and accounting of the phase shifts at cyclic development of economy in the conditions of increased uncertainty of institutional and market environment, *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 2016, vol. 14, no. 15, pp. 11171–11184.
23. Safiullin A.R., Shakirzyanov N.R., Ravzieva D.I. Infrastructure for regional development investment projects, *Journal of Social Sciences Research*, 2018, vol. 2018, no. 1, pp. 281–284.
24. Shein E. Organization culture and leadership, Washington, *The Jossey-Bass Business & Management Series*, 2016, 408 P.
25. Stanford N., Cass K. Organization culture, New York, 2013.
26. Van G. The efficiency of capitalism, Washington, *Independently Published*, 2022, pp. 131–132.