

УДК 330.46:519.876.2

Тростяньська К.М.
здобувач кафедри банківської справи
Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВ-ПОСЕРЕДНИКІВ

ESTIMATION TECHNIQUE OF REPUTATION RISK OF INTERMEDIARY ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті висвітлено методичні аспекти оцінювання репутційного ризику підприємства-посередника. Розроблено методику, призначену для проведення оцінювання рівня репутційного ризику в рамках побудови або вдосконалення системи управління репутційним ризиком на підприємствах-посередниках усіх форм власності. Визначено послідовність етапів оцінювання репутційного ризику. Розроблено систему показників оцінювання репутційного ризику підприємства-посередника, запропоновано шкалу оцінювання рівня репутційного ризику.

Ключові слова: репутційний ризик, параметр оцінювання репутційного ризику, інтегрування оцінок, шкала оцінювання, рівень репутційного ризику.

АННОТАЦИЯ

В статье освещены методические аспекты оценки репутационного риска предприятия-посредника. Разработана методика, предназначенная для проведения оценки уровня репутационного риска в рамках построения или совершенствования системы управления репутационным риском на предприятиях-посредниках всех форм собственности. Определена последовательность этапов оценки репутационного риска. Разработана система показателей оценки репутационного риска предприятия-посредника, предложена шкала оценивания уровня репутационного риска.

Ключевые слова: репутационный риск, параметр оценки репутационного риска, интегрирование оценок, шкала оценивания, уровень репутационного риска.

ANNOTATION

The article is devoted coverage methodological aspects of evaluation of reputation risk company intermediary. The technique, designed for evaluation of reputation risk as part of construction or improvement of reputation risk management intermediary in enterprises of all forms of ownership. The sequence of steps assessment of reputation risk is determined. The system of performance evaluation of reputation risk intermediary company proposed scale evaluation of reputation risk.

Keywords: reputation risk, estimation parameter of reputation risk, integration of assessments, evaluation scale, the level of reputation risk.

Постановка проблеми. В діяльності підприємств-посередників за умов зростання конкуренції, спричиненого посиленням цінового тиску як з боку постачальників ресурсів, так і з боку споживачів, інтеграцією України до міжнародних торговельних відносин та світового фінансового ринку, особливого значення набуває формування та збереження ділової репутції. В силу своєї суспільної ролі підприємства-посередники є господарськими організаціями, найбільш уразливими до репутційних наслідків. Вимірювання і оцінювання репутційного ризику дозволить підприємствам-посередникам

зменшити чинник невизначеності шляхом оцінки наслідків реалізації управлінських рішень в умовах нечіткості інформації та невизначеності подій. Таким чином, побудова відповідної моделі оцінювання репутційного ризику, що включає набір достатніх та необхідних критеріїв, показників та процедур, є одним з найактуальніших завдань сучасного ризик-менеджменту підприємств-посередників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як показав аналіз, більшість авторів публікацій з питань управління репутційним ризиком взагалі уникають питання його оцінювання. Серед основних підходів, які застосовуються у теорії та практиці ризик-менеджменту щодо оцінювання репутційного ризику, переважають якісні. Найбільш розповсюдженим є метод експертних оцінок. Експертному оцінюванню репутційного ризику присвячені роботи Йовановича Д.С. [1], Ніколаєва С.В. [2], Пестрикова С.А. [3]. Одним з найпоширеніших підходів щодо кількісного оцінювання репутційного ризику компанії-посередника є оцінка його впливу на вартість або на капітал компанії (Штурм Ф. [4]; Жіллі Р., Хюбнер Дж. і Плунус С. [5]). Застосування групи економіко-математичних методів моделювання є найрозповсюдженішим практично для всього арсеналу ризиків, але для оцінювання репутційного ризику досі залишається не використаним.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз основних підходів щодо оцінювання репутційного ризику підприємств-посередників дав змогу визначити наступне:

1. Сучасні якісні методики не відрізняються комплексністю, відсутні або необґрунтовані контрольні значення індикаторів, критерії виділення рівнів репутційного ризику на сьогодні не обґрунтовані. Отже, чіткі критерії якісної оцінки репутційного ризику та шкала оцінки відсутні.

2. Кількісна оцінка репутційного ризику ускладнена відсутністю достатньої статистичної бази щодо втрат підприємств-посередників внаслідок погіршення ділової репутції у розрізі соціально-економічних подій різного масштабу.

3. Група економіко-математичних методів в даних дослідженнях залишилась зовсім не задіяною, що спричинило суб'єктивізм та багатовиз-

наченість у підходах, відсутність об'єктивного впорядкованого переліку ризикостворюючих факторів репутаційного ризику, а також неогрунтованість сучасних методик оцінювання репутаційного ризику підприємств-посередників.

4. На сьогодні невирішеним залишаються питання щодо встановлення міри репутаційного ризику, визначення шкали для вимірювання ризику, адекватного підбору способу знаходження значень ступеня ризику.

Мета статті – розробка методики оцінювання репутаційного ризику підприємств-посередників, яка відповідала би вимогам об'єктивності, достовірності, доступності застосування, комплексності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі моделювання оцінювання репутаційно-

го ризику підприємства-посередника нами було сформовано базовий тезаурус предметної області «Репутаційний ризик організації» та уточнено зміст поняття «репутаційний ризик організації» й суміжних з ним понять [6]; виявлено ризикостворюючі фактори, що визначають рівень репутаційного ризику для підприємства-посередника [7], та визначено силу впливу ризикостворюючих факторів на рівень репутаційного ризику [8]. Після цього було проведено вивчення існуючих підходів щодо оцінювання виявлених складових репутаційного ризику підприємства-посередника. Результатом проведеного дослідження стала методика оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства-посередника.

Розроблена нами методика призначена для проведення оцінювання рівня репутаційного

Таблиця 1

Параметри оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника

Параметр оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника, X_i	Показник оцінки параметру репутаційного ризику, x_i	Формула розрахунку оцінки параметру x_i	Методика
Адекватність відображення керівником репутаційного ризику підприємства-посередника	Коефіцієнт адекватності відображення (x_1)	$x_{1 \text{ факт}} = \sum n_i / N,$ n_i – оцінка відповідності суб'єктивної оцінки об'єктивній за фактором; N – загальна кількість факторів	Власна розробка на підставі дослідження Реана А.А. [9, с. 257]
Сформованість уявлення керівництва про репутаційний ризик підприємства-посередника	Підсумкова оцінка сформованості уявлення керівництва про репутаційний ризик організації (x_2)	$x_{2 \text{ факт}} = \sum x_{2 \text{ факт}} / \sum x_{2 \text{ імакс}},$ де $x_{2 \text{ факт}}$ – фактична оцінка сформованості уявлення за кожним критерієм; $x_{2 \text{ імакс}}$ – максимальна оцінка сформованості уявлення за кожним критерієм	Адаптовано опитувальник Маркса Д. [10]
Сила мотиву керівництва впливати на репутаційний ризик підприємства-посередника	Інтегральна оцінка сили мотиву керівника впливати на репутаційний ризик організації (x_3)	$x_{3 \text{ факт}} = \prod x_{3 \text{ факт}} / \prod x_{3 \text{ імакс}},$ де $x_{3 \text{ факт}}$ – фактична оцінка сили мотиву за кожним критерієм; $x_{3 \text{ імакс}}$ – максимальна оцінка сили мотиву за кожним критерієм.	Адаптовано методику Льовкіна В.Є. [11, с. 117].
Рівень вміння організації управляти репутаційним ризиком	Узагальнююча оцінка рівня сформованості організацією вміння управляти репутаційним ризиком (x_4)	$x_{4 \text{ факт}} = \sum x_{4 \text{ факт}} / \sum x_{4 \text{ імакс}},$ де $x_{4 \text{ факт}}$ – фактична оцінка сформованості вміння за кожним критерієм; $\sum x_{4 \text{ імакс}}$ – максимальна оцінка сформованості вміння за кожним критерієм.	Адаптовано методику Асоціації російських банків [12]
Мобільність підприємства-посередника	Інтегральний коефіцієнт мобільності підприємства (x_5)	$x_5 = \frac{\sum (x_{5j} * f_{5j})}{\sum f_{5j}},$ де x_{5j} – показник оцінки мобільності підприємства; f_{5j} – функція сили зв'язку j -го концепта та концепта «мобільність».	Власна розробка
Якість рішень керівництва підприємства-посередника	Узагальнююча оцінка якості рішень керівництва підприємства-посередника (x_6)	$x_{6 \text{ факт}} = \sum x_{6 \text{ факт}} / \sum x_{6 \text{ імакс}},$ де $x_{6 \text{ факт}}$ – фактична оцінка якості рішень за кожним критерієм; $x_{6 \text{ імакс}}$ – максимальна оцінка якості рішень за кожним критерієм	Власна розробка
Продуктивність підприємства-посередника	Коефіцієнт продуктивності організації-посередника (x_7)	$x_{7 \text{ факт}} = D_{\text{факт}} / B_{\text{факт}},$ де $D_{\text{факт}}$ – реалізаційний дохід підприємства за останній звітний період; $B_{\text{факт}}$ – сукупні витрати підприємства за останній звітний період	Загальноприйняті підходи
Прибуток підприємства-посередника	Фінансовий результат (x_8)	$x_{8 \text{ факт}}$	Дані фінансової звітності
Доступність ресурсів підприємства-посередника	Інтегральний показник доступності ресурсів підприємства-посередника (x_9)	$x_9 = \sum_{j=1}^n w_{9j} x_{9j},$ де x_{9j} – коефіцієнт доступності j -го ресурсу; w_{9j} – коефіцієнт вагомості j -го ресурсу, n – кількість видів ресурсів.	Власна розробка з використанням переліку ознак доступності ресурсів Юдіної Є. М. [13]

Продовження таблиці 1

Стойкість організації	Інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості підприємства-посередника (x_{10})	$x_{10} = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n x_{10j}}$ де x_{10j} – окремий показник оцінки фінансової стійкості підприємства-посередника; n – кількість окремих показників оцінки фінансової стійкості підприємства-посередника	Адаптовано методу Дергун Л.В. [14]
Ділова репутація підприємства-посередника	Підсумкова оцінка ділової репутації підприємства-посередника (x_{11})	$x_{11 \text{ факт}} = \sum_{j=1}^n x_{11j \text{ факт}} / \sum_{j=1}^n x_{11j \text{ макс}}$ де $x_{11j \text{ факт}}$ – фактична оцінка ділової репутації за кожним критерієм; $x_{11j \text{ макс}}$ – максимальна оцінка ділової репутації за кожним критерієм	Власна розробка
Відомість бренду	Ступінь відомості бренду підприємства-посередника (x_{12})	$x_{12 \text{ факт}} = x_{121} / x_{122}$ де x_{121} – кількість респондентів з цільової аудиторії, які можуть згадати бренд; x_{122} – загальна кількість респондентів	Загальноприйняті підходи
Гудвіл	Вартісна оцінка гудвілу (x_{13})	$x_{13 \text{ факт}} = \left(\frac{\text{ЧП}}{\text{ROA}} - A \right) * w$ де ЧП – чистий прибуток підприємства; ROA – прибутковість активів; A – сукупні активи; w – частка власного капіталу в ресурсах підприємства	Метод надлишкових ресурсів, загальноприйняті підходи
Наявність особи, що приймає рішення в області управління репутаційним ризиком (фактор «зацікавлена особа»)	Оцінка наявності особи, що приймає рішення у області управління репутаційним ризиком (x_{14})	$x_{14} = 1 \text{ «наявна»};$ $x_{14} = 0 \text{ «відсутня»}$	–

ризик у рамках побудови або вдосконалення системи управління репутаційним ризиком на підприємствах-посередниках усіх форм власності. Методика призначена: керівникам організацій, керівникам підрозділів ризик-менеджменту, керівникам кадрової та маркетингової служб підприємств, зовнішнім експертам.

Методика використовується:

1. У поточній діяльності підприємства – для виявлення загроз діяльності організації з боку ризикостворюючих факторів репутаційного ризику, для розробки заходів щодо попередження або зниження рівня репутаційного ризику підприємства-посередника, для визначення очікуваного ефекту від зазначених заходів і підтвердження величини ефекту від їхнього застосування.

2. У стратегічному плануванні підприємства – для визначення впливу стратегії підприємства на рівень його репутаційного ризику; для розробки стратегії управління репутаційним ризиком підприємства-посередника.

Очікувані ефекти від застосування методики:

– економічні: збільшення доступності ресурсів, величини прибутку, стійкості підприємства-посередника при зниженні репутаційного ризику;

– соціально-психологічні: обґрунтування рішень щодо мотивації персоналу, обґрунтування рішень щодо проведення заходів з підвищення кваліфікації персоналу;

– управлінські: оцінка якості управління репутаційним ризиком та якості управлінських рішень з цього питання, обґрунтування

рішень щодо збільшення стійкості, мобільності та продуктивності підприємства-посередника, зменшення часу на прийняття рішень в області управління репутаційним ризиком;

– маркетингові: обґрунтування рішень щодо доцільності рекламних заходів з точки зору їхнього впливу на рівень репутаційного ризику, збільшення та утримання клієнтської бази, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства-посередника.

Для проведення оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства-посередника передбачається створення керівником організації робочої групи у складі керівників відділу управління ризиками, маркетингової служби підприємства, відділу кадрів, відділу економічного аналізу (або, за відсутністю вказаних підрозділів, працівників, на яких покладено виконання відповідних функцій) та призначення керівника робочої групи.

Джерелами інформації для оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства-посередника є: стратегічні плани організації, статистична звітність організації, внутрішня управлінська інформація за розробленим переліком, анкетні дані окремих категорій працівників підприємства за розробленими формами.

Оцінювання репутаційного ризику підприємства базується на оцінці наступних параметрів (табл. 1).

Методика оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства-посередника наведена на рис. 1.

Нами запропоновано оцінювати рівень репутаційного ризику (R) підприємства-посередника шляхом інтегрування оцінок кожного з параметрів наступним чином:

$$R = 1 - \frac{\sum (x_{i \text{ норм}} * f_i)}{\sum f_i}, \quad (1)$$

$$x_{i \text{ норм}} = \frac{x_{i \text{ факт}}}{x_{i \text{ макс}}}, \quad (2)$$

де $x_{i \text{ норм}}$ – нормована оцінка i -го параметру;
 $x_{i \text{ факт}}$ – фактична оцінка i -го параметру;
 $x_{i \text{ макс}}$ – максимально можлива за шкалою оцінка i -го параметру;

f_i – функція сили зв'язку i -го концепта та концепта «репутаційний ризик».

Процедура нормування (2) дозволила привести фактичні оцінки параметрів до зіставного вигляду, перейти від натуральних значень окремих показників до відповідних безрозмірних відносних окремих оцінок. За формулою (1) інтегральна оцінка рівня репутаційного ризику враховує поточний стан окремих параметрів когнітивної моделі (з точки зору відхилення їхніх значень від максимально можливих), вагомість впливу окре-

мих параметрів на репутаційний ризик та напрям цього впливу.

З метою змістовної інтерпретації рівня репутаційного ризику організації вважаємо найбільш доцільним використання вербально-числової шкали, яка дозволяє встановити відповідність вербальних (словесних) описів певних критеріїв і числових параметрів. Для подальшого перетворення числових оцінок рівня репутаційного ризику у лінгвістичні пропонується використати шкалу Харінгтона [15, с. 35], за якою шкала можливих лінгвістичних оцінок складається з п'яти значень: дуже низький рівень (далі незначний), низький, середній, високий, дуже високий, яким зіставляються інтервальні оцінки відповідно [0; 0,2), [0,2; 0,37), [0,37; 0,63), [0,63; 0,8) і [0,8; 1].

Отримане значення рівня репутаційного ризику організації необхідне для прийняття управлінських рішень та вироблення рекомендацій щодо зниження рівня ризику, а також розробки варіантів стратегій управління репутаційним ризиком підприємства-посередника.

У разі, якщо підсумкове значення ризику менше 0,2, то робиться висновок про те, що репутаційний ризик на підприємстві допустимий, але необхідно про-

водити переоцінку рівня репутаційного ризику на періодичній основі, або у разі виникнення нових обставин.

При значеннях рівня репутаційного ризику від 0,20 до 0,79 – розробляється перелік заходів з управління репутаційним ризиком організації за окремими факторами.

У разі, якщо підсумкове значення ризику більше або дорівнює 0,8, то робиться висновок про те, що репутаційний ризик на підприємстві загрожує безпеці організації і вимагає негайного прийняття рішень за усіма факторами оцінки.

Висновок про результати оцінювання рівня репутаційного ризику організації складається за розробленою формою та надається керівнику для прийняття подальших рішень щодо управління репутаційним ризиком.

Запропонований підхід до оцінки репутаційного ризику організації має ряд переваг порівняно з традиційною якісною експертною оцінкою: по-перше,

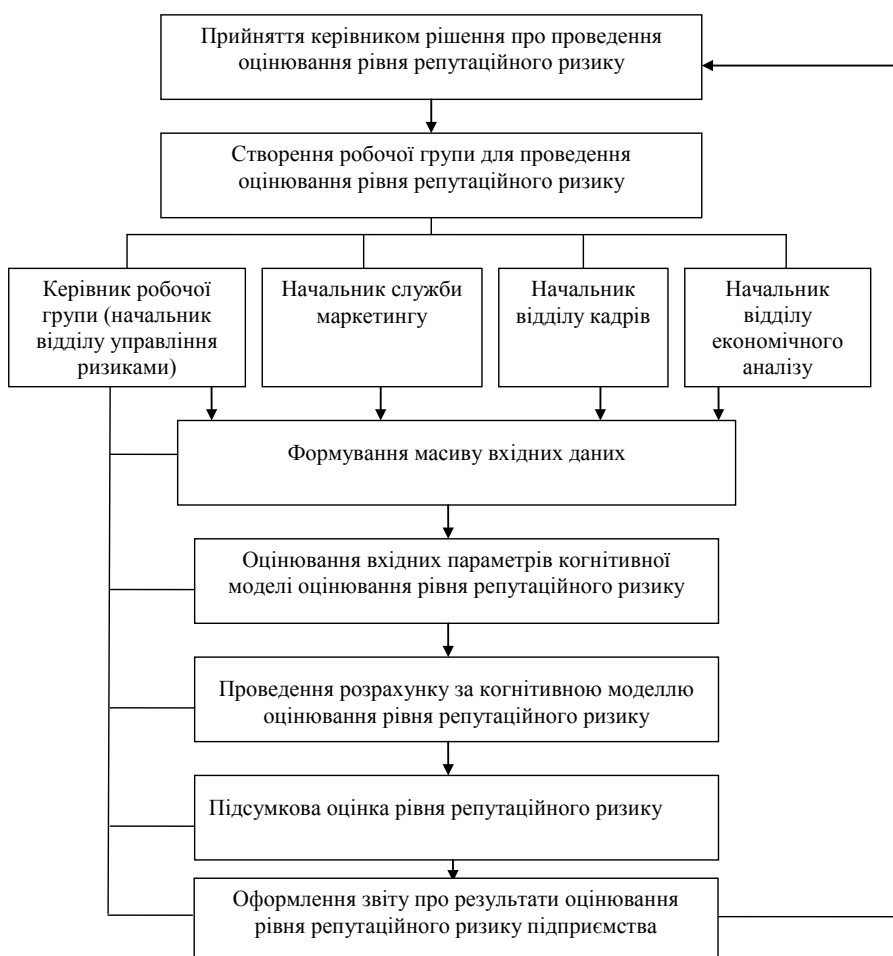


Рис. 1. Методика оцінювання рівня репутаційного ризику підприємства-посередника (авторська розробка)

об'єктивність оцінки досягається шляхом врахування факторів, визначених об'єктивним шляхом; по-друге, забезпечується більша достовірність кінцевого результату, оскільки при інтегруванні значної кількості числових оцінок підвищується якість підсумкової оцінки та нівелюється суб'єктивізм експертної оцінки; по-третє, кожний етап оцінювання є формалізованим процесом, підкріпленим економіко-математичним базисом, що дозволяє здійснювати об'єктивну оцінку з мінімальними витратами часу; по-четверте, в результаті отримуються числові оцінки параметрів, придатні для подальшого використання в моделюванні управління репутаційним ризиком.

Запропонована методика є універсальною до застосування підприємствами-посередниками незалежно від типу ринку, на якому працює підприємство-посередник, оскільки тип ринку та вид ресурсів, що обертаються, не впливають на суть посередництва. Крім того, методика базується на соціально-економічних та загальнонаукових поняттях та загальноприйнятих підходах щодо оцінювання окремих параметрів, отже, може бути використана й підприємствами з іншими видами діяльності.

Висновки. Отримано практичний інструмент управління, який може бути використано: як простий вимірник рівня репутаційного ризику підприємства, як складова моделі управління репутаційним ризиком підприємства-посередника, як інструмент стратегічного управління репутаційним ризиком, що дозволяє контролювати досягнення планованого (оптимального) стану репутаційного ризику підприємства при певних вихідних умовах, ресурсах і обмеженнях.

Напрямами подальших досліджень бачимо застосування розробленої методики оцінювання рівня репутаційного ризику в практичній діяльності підприємств-посередників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Еванович Д.С. Совершенствование управления репутационным риском субъектов инновационной деятельности: автореф. дис. ... к. э. н.: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: управление инновациями» / Д.С. Еванович. – Москва, 2011. – 27 с.
- Николаев С.В. Основы методики оценки риска потери банком деловой репутации / С.В. Николаев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lawmix.ru/bux/3152>.
- Пестриков С.А. Совершенствование управления репутационными рисками организации: автореф. дис. ... к. э. н.: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства» / С.А. Пестриков. – Екатеринбург, 2011. – 27 с.
- Sturm P. Operational and Reputational Risk in the European Banking Industry: The Market Reaction to Operational Risk Events / P. Sturm // *Journal of Economic Behavior & Organization*. – 2013. – № 85. – P. 191–206.
- Gillet R. Operational risk and reputation in the financial industry / Gillet Roland, Georges Hubner, Severine Plunus // *Journal of Banking and Finance*. – 2010. – № 34. – P. 224–235.
- Тростяньська К.М. Щодо формування бази знань предметної області «репутаційний ризик організації» / К.М. Тростяньська // *Економічний простір*. – 2013. – Вип. 80. – С. 267–278.
- Тростяньська К.М. Когнітивна структуризація предметної області «Репутаційний ризик організації» / К.М. Тростяньська // *Економічний аналіз: зб. наук. праць – Тернопіль: Економічна думка*. – 2014. – Т. 15. – № 3. – С. 197–205.
- Тростяньська К.М. Ризикостворюючі фактори репутаційного ризику організації: визначення та упорядкування / К.М. Тростяньська // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. – 2014. – Вип. 6. – Ч. 3. – С. 181–185.
- Реан А.А. Психология личности / А.А. Реан. – СПб.: Издательский дом «Питер», 2013. – 288 с.
- Балин В.Д., Гайда В.К., Гербачевский В.К. и др. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии: [учеб. пособ.] / [В.Д. Балин, В.К. Гайда, В.К. Гербачевский и др.]; под общей ред. А.А. Крылова, С.А. Маничева. — СПб.: Питер, 2002. — 560 с.
- Левкин В.Е. Мотив как напряжение и средства его измерения / В.Е. Левкин // *Вестник Тюменского государственного университета*. – 2010. – № 5. – С. 112–120.
- Стандарт качества управления репутационным риском в кредитных организациях. – Ассоциация российских банков. – Версия 1.1. от 17.11.2010 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://arb.ru/b2b/docs/411949>.
- Юдина Е.Н. Оценка доступности и надежности источников финансирования компании / Е.Н. Юдина // *Вестник ВолГУ. Серия 3 «Экономика. Экология»*. – 2013. – № 1. – С. 181–186.
- Дергун Л.В. Оценка финансовой устойчивости предприятия с учетом качества основного капитала / Л.В. Дергун // *Чернігівський науковий часопис. Серія 1 «Економіка і управління»*. – 2012. – № 1(3). – С. 134–143.
- Попов Г.А. Анализ параметров информационной безопасности автоматизированных систем на основе использования уточненных экспертных оценок / [Г.А. Попов, Е.А. Попова, А.В. Мельников] // *Вестник АГТУ. Серия «Управление, вычислительная техника и информатика»*. – 2015. – № 1. – С. 33–39.