

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Тростянська Карина Миколаївна



УДК 330.46 : [65.016.2:005.3+519.865.7]

**МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ
РЕПУТАЦІЙНИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВ-ПОСЕРЕДНИКІВ**

Спеціальність 08.00.11 – математичні методи, моделі
та інформаційні технології в економіці

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Полтава – 2016

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі банківської справи Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України, м. Дніпро.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Семенча Ілона Євгенівна,
Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара,
професор кафедри банківської справи.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Заруба Віктор Яковлевич,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
декан факультету економічної інформатики
та менеджменту;

кандидат економічних наук, доцент
Кравченко Володимир Миколайович,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса (м. Вінниця),
доцент кафедри бізнес-статистики
та економічної кібернетики.

Захист відбудеться «1» лютого 2017 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 44.877.02 у Вищому навчальному закладі Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» за адресою: 36014, м. Полтава, вул. Ковалю, 3.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» за адресою: 36014, м. Полтава, вул. Ковалю, 3.

Автореферат розісланий « ____ » грудня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



І. О. Пінчук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. У діяльності вітчизняних підприємств за умов посилення конкуренції, інтеграції України у світовий економічний простір, зокрема її участі у міжнародній торгівлі та світовому фінансовому ринку, особливого значення набуває удосконалення управління репутаційним ризиком. При цьому найбільш уразливими до репутаційних наслідків в силу своєї особливої ролі у економічних відносинах є підприємства-посередники.

Сучасний стан вітчизняного посередництва впродовж останніх п'яти років демонструє скорочення кількості підприємств як у торговій, так і у фінансовій сфері, втрату ними дохідної бази, вимушеність проведення збиткової діяльності. Ресурси з підприємств, що продемонстрували слабкість, переміщуються до установ з кращою репутацією, якими, зазвичай, є великі компанії. Таким чином, в сучасних умовах цінового тиску як з боку постачальників ресурсів, так і з боку споживачів, цінова політика підприємств-посередників перестає бути головним фактором конкурентної боротьби, поступаючись репутації.

Сутність та ключові фактори розвитку посередницької діяльності економічних суб'єктів у своїх роботах досліджували В. Апопій, М. Балабан, І. Грищенко, О. Дима, Л. Дроздовська, С. Корнева, В. Мантусов, Б. Обрисько, В. Резнікова, Ю. Рожков. В останні роки на фоні зростання суспільного інтересу до управління репутаційним ризиком організації зросла кількість публікацій, присвячених загальним проблемам репутаційного менеджменту та результатам емпіричних досліджень різних аспектів репутаційного ризику. Питання оцінювання репутаційного ризику підприємства розглядалися В. Астреліною, П. Бондарчуком, В. Недоспасовою, Д. Йовановичем, С. Пестриковим, Ф. Штурмом, Р. Жіллі, Дж. Хюбнер, С. Плунус. Практичні аспекти управління репутаційним ризиком організації містять роботи Е. Гріффіна, А. Замана, Дж. Ларкін, Дж. Ріган, Г. Хоней.

У зарубіжних і вітчизняних наукових економічних публікаціях природа репутаційного ризику як економічної категорії недостатньо досліджена, а визначенню її змісту характерні суб'єктивізм та багатоваріантність. Існуючі підходи не дають вичерпного об'єктивного впорядкованого переліку ризикостворюючих факторів репутаційного ризику, у зв'язку з чим чіткі критерії якісної та кількісної оцінки репутаційного ризику та шкала оцінювання відсутні.

Не вирішеним питанням для оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємств-посередників залишається також підбір адекватного методу, який би відповідав вимогам об'єктивності, достовірності, доступності застосування, комплексності. Ефективним інструментарієм для реалізації такого завдання є економіко-математичне моделювання, що підтверджується науковими роботами провідних зарубіжних і вітчизняних учених З. Авдєєвої, Н. Ващенко, В. Величка, В. Вітлінського, В. Гладуна, А. Грабарєва, О. Єлісеєвої, І. Каширіна, К. Ковальчука, Ю. Лисенка, Е. Луценка, І. Семенчі та ін. Але у працях зазначених науковців розглядається застосування економіко-математичного моделювання в управлінні складними системами в цілому, і його

застосування до управління репутаційним ризиком підприємств не досліджувалося. Водночас, аналіз публікацій з питань репутаційного ризику показав, що використанню економіко-математичних методів у оцінюванні репутаційного ризику достатньої уваги фахівцями приділено не було.

Таким чином, моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників є актуальною науковою проблемою, яка і обумовила вибір теми дисертації, її мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в межах науково-дослідної теми кафедри банківської справи Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара «Стратегічні складові фінансової стійкості та безпеки банківської системи та фінансових ринків України» (номер державної реєстрації 0113U001269, 2013–2015 рр.), зокрема автором запропоновано концепцію моделювання оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємства-посередника, вдосконалено методика оцінювання керівним складом рівня репутаційного ризику підприємства-посередника.

Мета й завдання дослідження. Метою дослідження є розробка теоретико-методичних підходів та практичних рекомендацій для оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємств-посередників на підставі побудови та застосування економіко-математичних моделей.

Для досягнення поставленої мети в роботі було поставлено та вирішено наступні завдання:

- дослідити причини зростання значимості репутаційного ризику для підприємств-посередників України;
- систематизувати основні підходи до визначення репутаційного ризику підприємства як економічної категорії;
- уточнити визначення економічної категорії «репутаційний ризик підприємства-посередника»;
- проаналізувати існуючі методи і моделі оцінювання в управлінні репутаційним ризиком;
- розробити концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника;
- побудувати концептуальну модель репутаційного ризику підприємства-посередника та на її основі визначити і систематизувати суттєві фактори впливу на рівень репутаційного ризику;
- побудувати когнітивну модель оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника;
- розробити на її основі методичний підхід щодо визначення рівня репутаційного ризику керівництвом підприємства-посередника;
- вдосконалити систему управління репутаційним ризиком підприємства-посередника з урахуванням визначених рівнів репутаційного ризику;
- застосувати розроблений методичний підхід до моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників.

Об'єктом дослідження є процес управління репутаційним ризиком підприємства-посередника.

Предметом дослідження є методи та економіко-математичні моделі оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника.

Методи дослідження. Теоретичною основою дисертації є праці вітчизняних і зарубіжних науковців у галузі дослідження основ функціонування підприємства-посередника, репутаційного ризику організації та економіко-математичного моделювання. Методологічною базою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Для досягнення визначеної мети і виконання завдань були використані наступні методи: теоретичного узагальнення – для систематизації основних методологічних підходів до вивчення репутаційного ризику підприємства-посередника як економічної категорії та визначення його рівня (п. 1.1, 1.2); системного аналізу – для аналізу сучасного стану посередництва в Україні (п. 1.1) та розробки концептуальних засад моделювання (п. 1.3); метод зростаючих пірамідальних мереж – для побудови бази знань предметної області «Репутаційний ризик підприємства-посередника» (п. 2.1); метод відношень подібності теорії розпізнавання образів – для визначення та впорядкування факторів репутаційного ризику підприємств-посередників (п. 2.1); математичний апарат теорії графів та когнітивного моделювання – для побудови когнітивної моделі репутаційного ризику підприємства-посередника (п. 2.2); імпульсного моделювання, сценарного аналізу, експрес-опитування та спостереження – при апробації моделей і розробці варіантів стратегій управління репутаційним ризиком підприємства-посередника (п. 2.3; 3.1; 3.2); метод нечіткої логіки – для визначення економічної ефективності моделювання управління репутаційним ризиком підприємства-посередника (п. 3.3).

Оперативність і точність розрахунків була забезпечена шляхом застосування системи аналізу ситуацій та підтримки прийняття рішень на основі когнітивних карт «Канва», системи інтелектуального аналізу даних CONFOR, програмного середовища Microsoft Excel, програмного середовища Matlab.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у такому:

уперше:

– розроблено концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника, яка базується на моделях представлення знань, розпізнавання образів та когнітивному моделюванні, що дозволяє об'єктивно оцінити рівень репутаційного ризику та розробити управлінські рішення щодо його зниження;

удосконалено:

– модельний інструментарій оцінки репутаційного ризику, який, на відміну від існуючого, ґрунтується на використанні розробленої когнітивної моделі оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника, забезпечує комплексний підхід до оцінки його рівня, і за рахунок імпульсного моделювання цільових станів репутаційного ризику надає можливість підвищити рівень керованості процесом управління репутаційним ризиком;

– систему управління репутаційним ризиком, яка, на відміну від існуючої, враховує контури управління та групи управлінських впливів, що базуються на методології системного аналізу та когнітивного моделювання, і дозволяють організовувати управління репутаційним ризиком та комплексно визначати характер управлінських впливів;

набули подальшого розвитку:

– систематизація основних підходів до визначення репутаційного ризику підприємства як економічної категорії, яка в умовах відсутності узагальнюючого переліку ризикоостворюючих факторів репутаційного ризику представлена у вигляді їх групування на чотири основних підходи: 1) психологічний, 2) конфліктний, 3) корпоративний, 4) інформаційний;

– визначення економічної категорії «репутаційний ризик підприємства-посередника», яке представлено як «ризик потенційних фінансових втрат капіталу та доходу підприємства-посередника, зменшення спроможності проводити діяльність внаслідок погіршення ділової репутації, спричиненого негативним сприйняттям клієнтами, контрагентами, акціонерами та іншими зацікавленими особами практики ведення діяльності, її результатів та окремих подій, пов'язаних з підприємством-посередником» і дозволяє усунути суб'єктивізм та багатоваріантність існуючих визначень;

– методичний підхід до визначення факторів впливу на рівень репутаційного ризику підприємства-посередника, який, на відміну від існуючих, базується на методі подібності теорії розпізнавання образів і дозволяє виявити та обґрунтувати ефективні впливові управлінські рішення щодо зменшення ризику .

Практичне значення одержаних результатів полягає у побудові когнітивної моделі оцінювання репутаційного ризику та розробці структурно-функціональної моделі управління репутаційним ризиком, які спрямовані на вдосконалення управління репутаційним ризиком підприємств-посередників у нестабільних ринкових умовах і без особливих складностей, витрат часу і залучення додаткових фахівців зі сторони можуть бути використані керівним складом підприємств-посередників будь-якої форми власності.

Наукові результати дисертаційної роботи, які мають прикладний характер, були впроваджені при визначенні рівня репутаційного ризику та розробці заходів для його зменшення до рівня «низький» у діяльності ТОВ ВТК «Промтехкомплект» (акт № 0423-1 від 23.04.2015 р.); при визначенні рівня репутаційного ризику, виявленні загроз діяльності банку з боку ризикостворюючих факторів та проведенні оцінки результативності комплексу дій по зниженню репутаційного ризику у діяльності АКБ «Індустріалбанк» (акт № 363 від 15.05.2015 р.); при визначенні поточного рівня репутаційного ризику і основних його факторів для розробки комплексу заходів щодо його зниження та оцінки їх результативності у діяльності ТОВ «Губернія-2009» (акт б.н. від 21.09.2015 р.).

Теоретичні положення та практичні розробки, представлені у дисертації, використовуються для методичного забезпечення навчального процесу у Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара при

викладанні дисциплін «Банківський нагляд», «Конкурентоспроможність фінансово-кредитних установ», «Економіко-математичні методи у банківському менеджменті», «Управління банківськими ризиками» (акт б.н. від 12.11.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаним завершеним науковим дослідженням. Усі наукові результати, представлені у цій дисертаційній роботі, отримані автором самостійно. Із наукових праць, опублікованих у співавторстві, в роботі використано тільки ті ідеї та положення, які розроблені автором особисто.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дисертації доповідались та обговорювались на 10 науково-практичних конференціях: V Міжнародній науково-практичній конференції «Інформаційна та економічна безпека» (м. Харків, 2012 р.); I Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансовий механізм вирішення глобальних проблем: попередження економічних криз» (м. Дніпропетровськ, 2012 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Пріоритети нової економіки знань в XXI сторіччі» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції економічного спрямування «Актуальні питання економічної науки» (м. Тернопіль, 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика» (м. Львів, 2014 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Academic science – problems and achievements» (North Charleston, USA, 2014 р.), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції в економіці та управлінні: новий погляд» (м. Запоріжжя, 2015 р.).

Публікації. Основний зміст і результати дисертації опубліковано у 19 наукових працях загальним обсягом 6,7 друк. арк., з яких особисто автору належать 6,6 друк. арк., у т.ч. 8 статей у наукових фахових виданнях (із них 5 – у виданнях України, що включені до міжнародних наукометричних баз) та 11 праць у інших виданнях.

Структура й обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Обсяг основного тексту становить 162 сторінки, містить 18 таблиць, 27 рисунків, із яких 2 ілюстрації повністю займають площу сторінки; 9 додатків на 81 сторінці. Список використаних джерел містить 186 найменувань і розміщується на 21 сторінці.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, визначено його мету і основні завдання, об'єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну і практичне значення одержаних результатів.

У розділі 1 «Теоретико-методичні засади моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників» узагальнено ключові фактори розвитку посередницької діяльності економічних суб'єктів та проаналізовано сучасний стан посередництва в Україні у 2010-2015 роках, подано аналітичний огляд існуючих підходів до визначення сутності

економічної категорії «репутаційний ризик підприємства», узагальнено підходи до визначення ризикостворюючих факторів репутаційного ризику, здійснено аналіз існуючих методологічних положень та інструментарію його оцінювання, охарактеризовано основні етапи процесу управління репутаційним ризиком підприємства-посередника та сформульовано концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників.

В процесі аналізу сучасного стану посередництва впродовж 2010-2015 років було виявлено: скорочення їх кількості у торговій сфері на 37%, у фінансовій сфері – на 13%; переміщення ресурсів із слабких підприємств до потужніших з як правило кращою репутацією (частка ринку найбільших установ товарного посередництва в Україні за останні 5 років збільшилася із 44,5% до 59,5%, установ фінансового посередництва – із 66,7% до 76,2%); втрату дохідної бази та збитковість діяльності посередницьких компаній (за підсумками 2015 року їх сукупні збитки склали 172,4 млрд. грн.).

Дослідження сутності та ключових факторів розвитку посередницької діяльності економічних суб'єктів та аналіз наявної статистичної інформації дозволили визначити групи причин зростання значимості ризиків, пов'язаних з репутацією посередницьких організацій у сучасних умовах: соціально-економічний розвиток суспільства, соціально-психологічні та інфраструктурні зміни в організації роботи посередницьких підприємств, посилення конкуренції між посередниками.

На підставі аналізу існуючих підходів щодо до визначення сутності репутаційного ризику була обґрунтована необхідність уточнення його визначення шляхом об'єктивного виокремлення низки ознак репутаційного ризику та дослідження зв'язків репутаційного ризику з іншими поняттями предметної області «Репутаційний ризик підприємства-посередника».

Для підприємств-посередників визначено їх характерні особливості, узагальнено існуючі ознаки класифікації індикаторів оцінювання репутаційного ризику, систематизовано існуючі підходи щодо оцінювання репутаційного ризику та виявлено їх переваги і недоліки.

Доведено, що, зважаючи на складність проблеми, у сучасному ризик-менеджменті переважають якісні підходи до оцінювання репутаційного ризику. Тому, виходячи з певних умов вибору найбільш придатної моделі, запропоновано застосувати групу економіко-математичних методів, яка надасть можливість вирішити завдання кількісно. Економіко-математичні моделі дозволять здійснити прогноз розвитку певної стресової ситуації, оцінити ймовірність настання репутаційного ризику, провести імітацію різних стрес-сценаріїв і оцінити наслідки реалізації управлінських рішень в умовах нечіткості інформації та невизначеності подій.

Сучасні підходи до управління репутаційним ризиком більшою мірою реактивні: переважно здійснюється антикризове управління, спрямоване на зменшення збитку при вже існуючій ризиковій ситуації, і не використовуються моделі ризик-менеджменту для забезпечення попередження ризикової ситуації. Крім того, єдині підходи до управління репутаційним ризиком в сфері посередництва залишаються на низькому рівні теоретичної розробки.

Таким чином, доведено, що предметна область «Репутаційний ризик підприємства-посередника» є слабоструктурованою та має такі ознаки: суб'єктивізм, розмитість, різноманітність у поглядах на поняття репутаційного ризику; невизначеність щодо причин його виникнення; використання для оцінки нечітких величин; обмеженість статистичних даних щодо впливу репутаційного ризику на стан та результати діяльності підприємств; обмеженість досвіду управління репутаційним ризиком; відсутність єдиних підходів до формування системи управління цим ризиком.

На основі проведених досліджень сформульовано концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників: окреслені цілі моделювання, обґрунтовано вибір інструментів моделювання і методів для використання в оцінюванні та управлінні репутаційним ризиком відповідно до особливостей предметної області дослідження, визначені етапи моделювання (рис. 1).

Розділ 2 «Методи та моделі оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників» присвячено побудові економіко-математичних моделей оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників.

Для побудови концептуальної моделі репутаційного ризику підприємства-посередника сформовані узагальнені визначення специфічних термінів управління репутаційним ризиком (ділова репутація, імідж, бренд, гудвіл, довіра, досвід, очікування, зацікавлена особа (стейкхолдер), корпоративна культура, репутаційний ризик). Для цього в результаті проведення моделювання в системі інтелектуального аналізу даних CONFOR було виокремлено суттєві ознаки за кожним терміном. У якості експертної бази для отримання узагальнених визначень специфічних термінів управління репутаційним ризиком використано існуючі їх визначення із наявних джерел.

Кожному терміну v_i в розрахунках відповідає множина ознак $A(v_i) = \{a_1, a_2, \dots, a_N\}$, де a_n – деяка ознака терміна, N – кількість ознак в описі терміна. Вагу ознаки $p_{a_n}^{v_i}$ в описі терміна v_i згідно з підходом В. Величка та І. Семенчі розраховано за формулою:

$$p_{a_n}^{v_i} = \frac{1}{|A(v_i)|}. \quad (1)$$

В результаті такого моделювання репутаційний ризик підприємства-посередника визначено як «ризик потенційних фінансових втрат капіталу та доходу підприємства-посередника, зменшення спроможності проводити діяльність внаслідок погіршення ділової репутації, спричиненого негативним сприйняттям клієнтами, контрагентами, акціонерами та іншими зацікавленими особами практики ведення діяльності, її результатів та окремих подій, пов'язаних з підприємством-посередником».



Рис. 1. Концепція моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника

Для визначення суттєвих факторів впливу на рівень репутаційного ризику підприємства-посередника шляхом застосування відношення подібності теорії розпізнавання образів (2) побудовано предметну область «Репутаційний ризик підприємства-посередника».

$$\eta_{v_j}^{v_i} = \sum_{a_n \in (A(v_i) \cap A(v_j))} p_{a_n}^{v_i}, \quad (2)$$

де $\eta_{v_j}^{v_i}$ – ступінь подібності терміна v_i до терміна v_j ; $i, j = \overline{1, n}$ ($n = 214$).

Побудовано базовий тезаурус предметної області, що є її концептуальною моделлю (Ts):

$$Ts = \langle V, R \rangle, \quad (3)$$

де V – множина термінів, R – множина відносин між термінами.

У якості відносин обрано відносини подібності.

Проведено структурування та стратифікацію предметної області, що дозволило із загальної множини специфічних термінів управління репутаційним ризиком віднайти сильні зв'язки та з'ясувати множину ризикууючих факторів.

Для вирішення проблеми формалізації кількісних залежностей факторів та об'єктивного оцінювання сили впливу окремих факторів на репутаційний ризик підприємства-посередника запропоновано задіяти ступінь подібності $\eta_{v_j}^{v_i}$ у якості показника сили взаємозв'язку факторів. На підставі отриманих ступенів подібності $\eta_{v_j}^{v_i}$ при побудові предметної області та з врахуванням підходу Стерджесса множину всіх ризикууючих чинників розподілено на п'ять груп впливу та визначено їх межі.

Для побудови когнітивної моделі оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника репутаційний ризик та множину ризикууючих факторів прийнято за її концепти, визначено показники оцінки для кожного концепта, формули розрахунку та джерело інформації для нього.

Побудовано когнітивну модель оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника у вигляді параметричного функціонального графа Φ_n (4), яка відображена на рис. 2.

$$\Phi_n = \langle G, X, F, \theta \rangle, \quad (4)$$

де $G = \langle V, W \rangle$ – знаковий орієнтований граф репутаційного ризику підприємства-посередника; $V = \{v_1, v_2, \dots, v_{15}\}$ – множина концептів моделі; W – бінарне відношення на множині V , яке задає набір зв'язків між факторами; $X = \{x_i\}$ – множина показників оцінки концептів; $F = \{f_i\}$ – функція зв'язку між концептами, $f_i = \eta_{v_j}^{v_i} w_{ij}$; $w_{ij} = +1$, якщо зростання (зниження) v_i спричиняє зростання (зниження) v_j ; $w_{ij} = -1$, якщо зростання (зниження) v_i спричиняє зниження (зростання) v_j ; $i, j = \overline{1, n}$ ($n = 15$); $\theta = \{\theta_i\}$ – простір значень показників оцінки концептів когнітивної моделі.

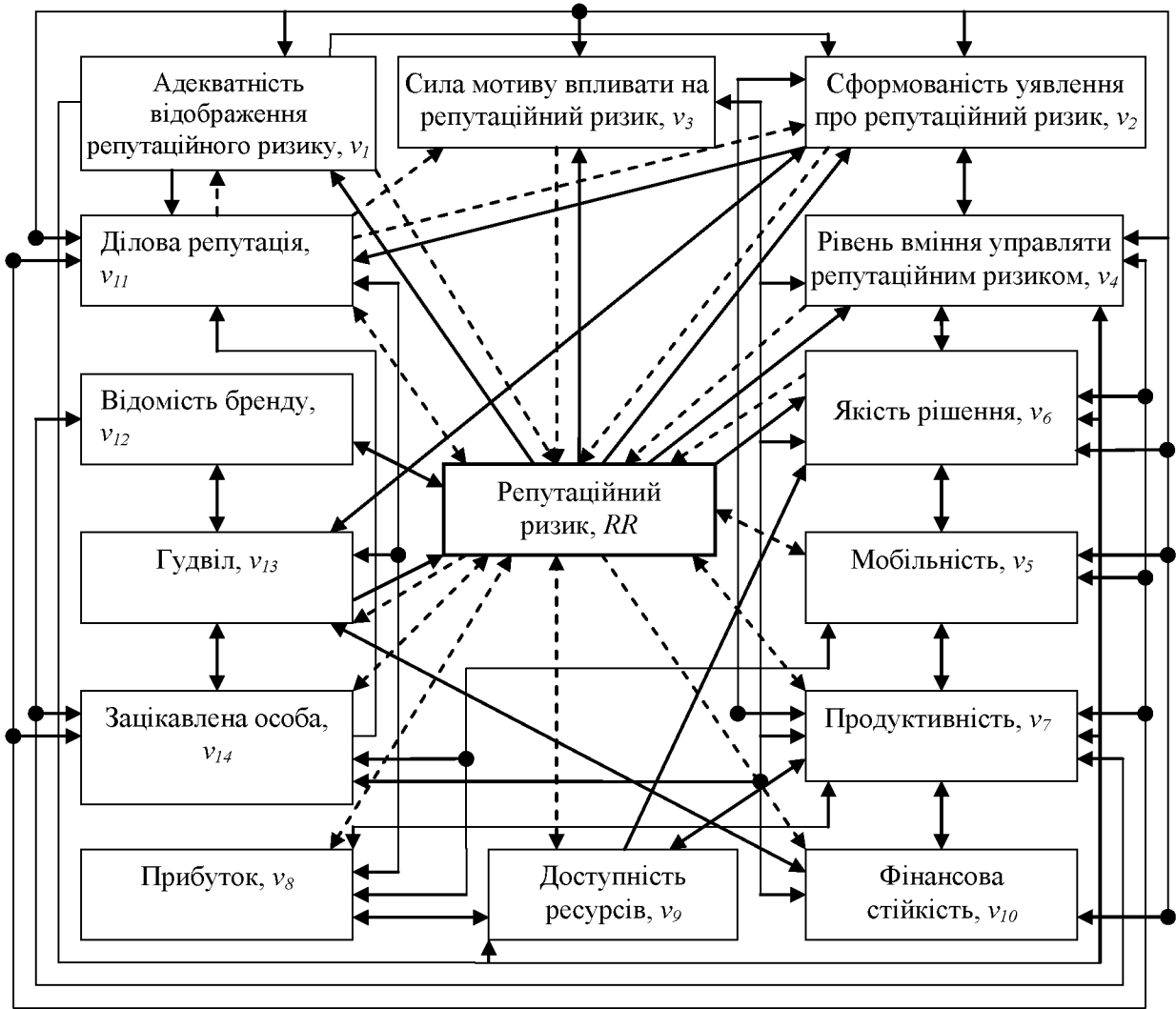


Рис. 2. Когнітивна модель оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника:

—> – позитивний причинний зв'язок; - - -> – негативний причинний зв'язок

Реалізація моделювання здійснена в системі аналізу ситуацій та підтримки прийняття рішень на основі когнітивних карт «Канва». Причинно-наслідкові зв'язки між концептами когнітивної моделі описуються системою рівнянь продукцій «Якщо ..., То...». Достовірність проведеного когнітивного моделювання забезпечує високий рівень консонансу: $c_i(t) = [0,52; 0,95]$.

В результаті структурного аналізу матриці суміжності ризикостворюючих факторів репутаційного ризику із застосуванням методу аналізу складних систем, що представлені графами, були виділені множини вершин графу, сила зв'язку між якими перевищує силу зв'язку за межами контуру. Встановлено, що вирішення комплексу завдань, що постають при управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника, забезпечується чотирма контурами: управлінським, економічним, соціально-психологічним, ринковим. Множину ризикоутворюючих факторів визначено як:

$$V = \{V_S UV_M UV_E UV_R UV_Z\}, \quad (5)$$

де V_S – підмножина соціально-психологічних факторів, $V_S = \{v_1, v_2, v_3\}$; V_M – підмножина управлінських факторів, $V_M = \{v_4, v_5, v_6, v_7\}$; V_E – підмножина

економічних факторів, $V_E = \{v_8, v_9, v_{10}\}$; V_R – підмножина ринкових факторів $V_R = \{v_{11}, v_{12}, v_{13}\}$; V_Z – підмножина зацікавлених осіб $V_Z = \{v_{14}\}$.

За допомогою імпульсного моделювання визначені напрямки управлінських впливів. Проведено ранжування факторів за ступенем керованості репутаційного ризику на підставі їхніх оціночних функцій ρ_{v_i} :

$$\rho_{v_i} = \text{sign}(z_{RRi}(t)) |z_{RRi}^\alpha| c_i^\beta, \quad (6)$$

$$\text{sign}(z_{RRi}(t)) = \begin{cases} 1, & z_{RRi}(t) < 0; \\ 0, & z_{RRi}(t) = 0; \\ -1, & z_{RRi}(t) > 0, \end{cases} \quad (7)$$

де z_{RRi} – прирощення репутаційного ризику під впливом і-го фактору;

c_i – консонанс репутаційного ризику;

α, β – параметри функцій, $\alpha, \beta > 0$.

На підставі ступенів однорідності значень ρ_{v_i} виділені наступні групи факторів за пріоритетністю застосування у якості керуючих: 1) керуючі фактори ($\rho_{v_i} \in [1135; 1588]$, коефіцієнт варіації 0,33): v_2, v_3, v_5 ; 2) частково керуючі ($\rho_{v_i} \in [540; 778]$, коефіцієнт варіації 0,13): $v_1, v_4, v_6 - v_{11}$; 3) не керуючі ($\rho_{v_i} \in [-461; -257]$, коефіцієнт варіації 0,28): v_{12}, v_{13} .

З метою забезпечення керівного складу підприємства-посередника оціночним інструментарієм розроблено методичний підхід до оцінювання рівня репутаційного ризику. Побудовано організаційну схему оцінювання (рис. 3), яка охоплює всі структури управління на підприємстві, що забезпечують попередження ризикоутворюючих впливів.

Запропоновано визначати такі показники оцінки концептів: x_1 – коефіцієнт адекватності відображення керівником репутаційного ризику підприємства-посередника, x_2 – підсумкова оцінка сформованості уявлення керівництва про репутаційний ризик організації, x_3 – інтегральна оцінка сили мотиву керівника впливати на репутаційний ризик організації, x_4 – узагальнююча оцінка рівня сформованості організацією вміння управляти репутаційним ризиком, x_5 – інтегральний коефіцієнт мобільності підприємства-посередника, x_6 – узагальнююча оцінка якості рішень керівництва підприємства-посередника, x_7 – коефіцієнт продуктивності організації-посередника, x_8 – фінансовий результат, x_9 – інтегральний показник доступності ресурсів підприємства-посередника; x_{10} – інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості підприємства-посередника, x_{11} – підсумкова оцінка ділової репутації підприємства-посередника, x_{12} – ступінь відомості бренду підприємства-посередника, x_{13} – вартісна оцінка гудвілу, x_{14} – оцінка наявності особи, яка приймає рішення у області управління репутаційним ризиком.



Рис. 3. Організаційна схема оцінювання керівним складом підприємства-посередника рівня репутаційного ризику

Запропоновано методичний підхід до розрахунку величини репутаційного ризику підприємства-посередника (RR) за вхідними значеннями показників оцінки концептів когнітивної моделі:

$$RR = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (x_{i\text{norm}} f_i)}{\sum_{i=1}^n f_i}, \quad (8)$$

$$x_{i\text{norm}} = \frac{x_i(0) - x_{i\text{min}}}{x_{i\text{max}} - x_{i\text{min}}}, \quad (9)$$

$$f_i = \eta_{v_i}^{v_i} w_{iRR}, \quad (10)$$

де $x_{i\text{norm}}$ – нормована оцінка i -го параметру;

$x_i(0)$ – поточна оцінка i -го параметру;

$x_{i\text{max}}$ – максимально можлива за шкалою оцінка i -го параметру;

$x_{i\text{min}}$ – мінімально можлива за шкалою оцінка i -го параметру;

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

$\eta_{v_i}^{v_i}$ – ступінь подібності v_i до RR ;

$w_{iRR} = +1$, якщо зростання (зниження) v_i спричиняє зниження (зростання) RR ;

$w_{iRR} = -1$, якщо зростання (зниження) v_i спричиняє зростання (зниження) RR ;

$i=1, 2, \dots, n$; n – кількість ризикостворюючих факторів.

Для подальшого перетворення числових оцінок рівня репутаційного ризику у лінгвістичні запропоновано використати шкалу Харінгтона, за якою

шкала можливих лінгвістичних оцінок складається з п'яти значень: дуже низький рівень, низький, середній, високий, дуже високий, яким зіставляються інтервальні оцінки відповідно $[0; 0,2)$, $[0,2; 0,37)$, $[0,37; 0,63)$, $[0,63; 0,8)$ та $[0,8; 1]$.

Розроблено структурно-функціональну модель управління репутаційним ризиком підприємства-посередника (рис. 4), яка відображає процес управління репутаційним ризиком, враховує всі рівні, функції управління та можливі управлінські заходи по забезпеченню їх виконання. Модель призначено для використання в системі ризик-менеджменту підприємства-посередника.

У розділі 3 «Реалізація моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників» відображено результати апробації розробленої моделі оцінювання репутаційного ризику та практичну реалізацію структурно-функціональної моделі управління репутаційним ризиком на підприємстві-фінансовому посереднику АКБ «Індустріалбанк» та підприємстві оптової торгівлі ТОВ ВТК «Промтехкомплект».

За розробленим методичним підходом для означених підприємств-посередників розраховано поточні значення концептів моделі. Для обох підприємств рівень репутаційного ризику визначено як «середній», у зв'язку з чим порядок управління репутаційним ризиком за структурно-функціональною моделлю однаковий, але, оскільки значення концептів різні, керуючі впливи різні. Для ризик-менеджменту кожного підприємства рекомендовано проводити прогнозний сценарний аналіз.

Метою моделювання був підбір управлінських впливів за контурами управління для досягнення підприємствами значення величини репутаційного ризику 0,34, що відповідає верхній межі рівня «низький». В результаті імітацій завдяки когнітивній моделі для даних підприємств виявлено життєздатними декілька сценаріїв.

Для АКБ «Індустріалбанк» цільовий стан репутаційного ризику був в повній мірі досягнутий при моделюванні в соціально-психологічному контурі. При збільшенні значень концептів соціально-психологічного контуру відбулися позитивні зрушення і в інших контурах управління. Оскільки консонанс репутаційного ризику $c_1(t)=0,95$ («майже достовірно»), сценарій управління репутаційним ризиком за факторами соціально-психологічного контуру прийнятний для подальшого впровадження в практику управління АКБ «Індустріалбанк».

Для підприємства оптової торгівлі ТОВ «Промтехкомплект» можлива реалізація сценаріїв: 1) управління у соціально-психологічному контурі та 2) управління у економічному контурі. Прийнятність запропонованих сценаріїв управління підтверджена високим значенням консонансу репутаційного ризику ($c_1(t)=0,86$, $c_2(t)=0,80$ – «майже достовірно»).

Запропоновані ризик-менеджменту підприємств-посередників сценарії дають можливість впливати на рівень ризику у напрямку зменшення до 0,34 за рахунок різних концептів і отримати різний економічний ефект (див. табл. 1). Із застосуванням апарату нечіткої логіки за розробленим в роботі підходом

визначено ефективність моделювання управління репутаційним ризиком підприємств-посередників.

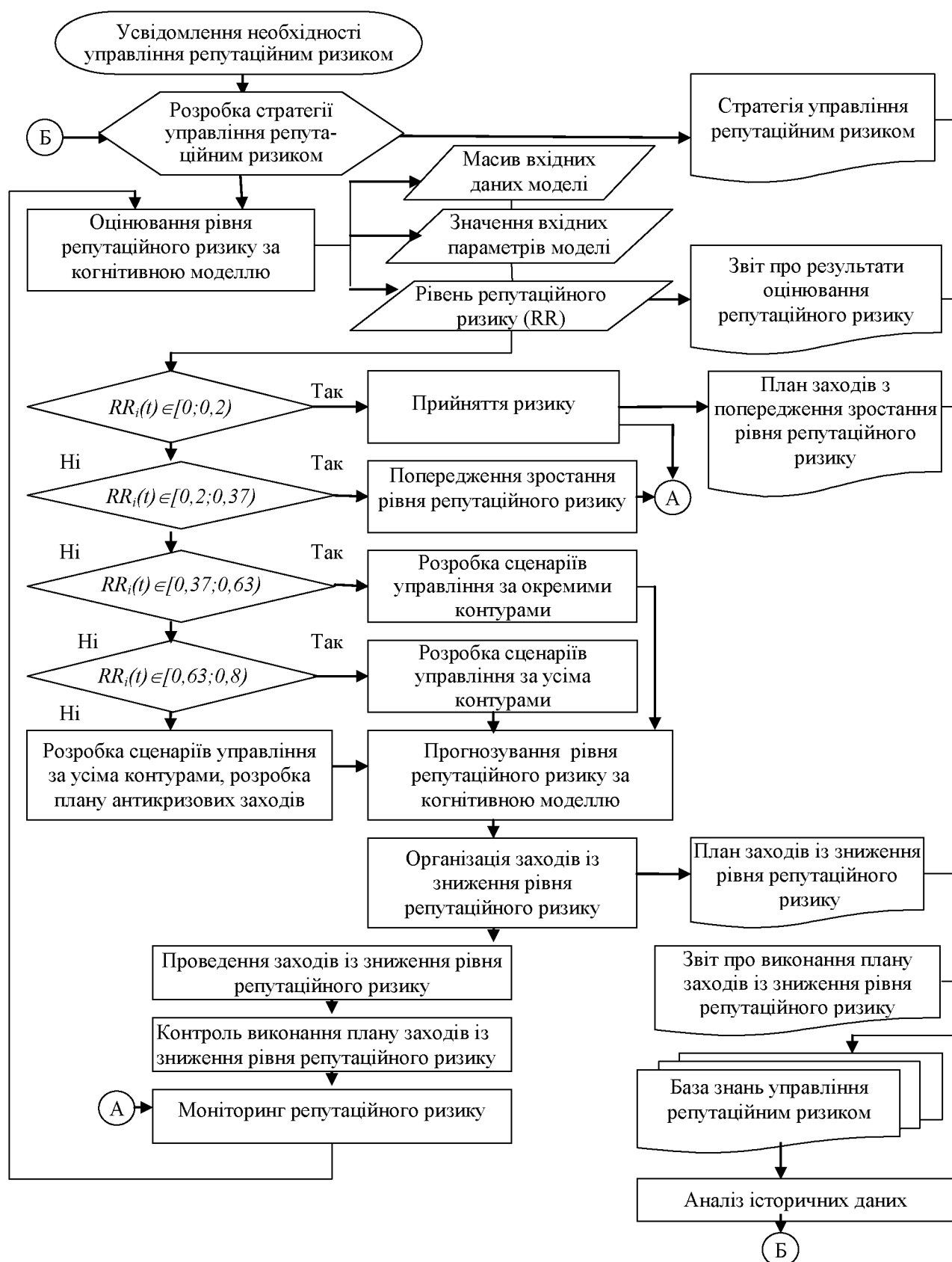


Рис. 4. Структурно-функціональна модель управління репутаційним ризиком підприємства-посередника

За розробленою структурно-функціональною моделлю управління менеджменту підприємств-посередників запропоновано систему управлінських дій з реагування на фактичний стан репутаційного ризику на рівні стратегічного, тактичного та операційного управління.

Таблиця 1

Ефекти, які отримано в результаті реалізації моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників

Концепт когнітивної моделі, v_i	АКБ «Індустріалбанк»	ТОВ «Промтехкомплект»	
	Сценарій 1	Сценарій 1	Сценарій 2
	$\Delta x_i, \%$	$\Delta x_i, \%$	$\Delta x_i, \%$
v_1	31,0	21,2	вплив відсутній
v_2	62,2	42,4	вплив відсутній
v_3	62,2	вплив відсутній	17,2
v_4	15,6	10,6	4,9
v_5	31,2	10,7	17,2
v_6	15,9	10,7	4,9
v_7	15,7	10,7	17,2
v_8	15,7 (43,9 тис. грн.)	1,7 (0,75 тис. грн.)	137,8 (102,4 тис. грн.)
v_9	7,8	5,3	10,5
v_{10}	4,5	3,1	4,9
v_{11}	31,2	21,3	17,2
v_{12}	вплив відсутній	вплив відсутній	вплив відсутній
v_{13}	15,8	10,8	17,2
v_{14}	вплив відсутній	вплив відсутній	вплив відсутній
RR	0,34	0,34	0,34
Ефективність моделювання управління репутаційним ризиком підприємства-посередника, T_M	«висока»	«висока»	

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснене вирішення важливого наукового завдання щодо моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників на підґрунті запропонованих автором концепції та відповідного інструментарію.

Проведене дослідження дало змогу зробити такі висновки:

1. Проаналізовано сучасний стан посередництва в Україні за 2010–2015 роки, в результаті чого з'ясовано, що основними причинами зростання значимості ризиків, пов'язаних з репутацією підприємств-посередників, є: посилення конкуренції, системні інфраструктурні зміни в організації роботи посередницьких підприємств, суттєве загострення соціально-психологічних та суспільних процесів, глобальні економічні тенденції. Особливо значні збитки як економічного, так і соціального характеру спричиняє ризик, пов'язаний із репутацією, який саме через це потребує постійного оцінювання та управління з боку менеджменту підприємства-посередника.

2. Систематизовано основні підходи до визначення репутаційного ризику підприємства як економічної категорії, які узагальнено у чотири групи: 1) психологічний підхід (коли причиною репутаційного ризику вважають очікування та досвід взаємодії з підприємством зацікавлених осіб); 2) конфліктний (коли в основі виникнення репутаційного ризику вбачають конфлікт інтересів зацікавлених осіб); 3) корпоративний (причинами виникнення репутаційного ризику є проблеми корпоративного управління); 4) інформаційний (коли основною причиною є оприлюднення негативної інформації про практику діяльності та стан організації).

3. В результаті проведення моделювання в системі інтелектуального аналізу даних CONFOR визначена множина суттєвих ознак терміна «репутаційний ризик підприємства-посередника» та отримано його узагальнююче визначення: «це ризик потенційних фінансових втрат капіталу та доходу підприємства-посередника, зменшення спроможності проводити діяльність внаслідок погіршення ділової репутації, спричиненого негативним сприйняттям клієнтами, контрагентами, акціонерами та іншими зацікавленими особами практики ведення діяльності, її результатів та окремих подій, пов'язаних з підприємством-посередником».

4. Визначено, що серед основних методичних підходів, які застосовуються у теорії та практиці ризик-менеджменту щодо оцінювання репутаційного ризику, переважають якісні та найбільш розповсюдженим є метод експертних оцінок. Серед недоліків існуючих методичних підходів відзначені: некомплексність, необґрунтованість контрольних значень індикаторів та критеріїв визначення рівнів репутаційного ризику. Кількісна оцінка репутаційного ризику підприємств-посередників ускладнена відсутністю достатньої статистичної бази щодо їх втрат внаслідок погіршення ділової репутації у розрізі соціально-економічних подій різного масштабу, а група економіко-математичних методів практично не задіяна.

5. Розроблено концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників, яка базується на методах економічного аналізу, зростаючих пірамідальних мереж, відношень подібності теорії розпізнавання образів, когнітивного та імпульсного моделювання, сценарного аналізу і полягає в представленні процесу моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників у вигляді чотирьох основних етапів: обґрунтування методичних підходів дослідження, структуризація предметної області «Репутаційний ризик підприємства-посередника», когнітивне моделювання, вирішення оберненої задачі.

6. Побудовано концептуальну модель репутаційного ризику підприємства-посередника, основою якої є застосування відношення подібності теорії розпізнавання образів для структуризації та стратифікації предметної області «Репутаційний ризик підприємства-посередника», що дозволило визначити п'ять груп суттєвих факторів впливу на рівень репутаційного ризику: соціально-психологічні, управлінські, економічні, ринкові, вплив зацікавлених осіб. Доведено, що найвагомійший вплив на репутаційний ризик підприємства-посередника мають фактори, пов'язані з орієнтирами поведінки суб'єкта у

навколишньому світі, зокрема, в економічній сфері: уявлення, відображення, мотив.

7. Побудовано когнітивну модель оцінювання репутаційного ризику підприємства-посередника, формалізація причинно-наслідкових зв'язків у якій за допомогою програмного комплексу «Канва» отримала вигляд мережі позитивно причинних і негативно причинних зв'язків між 14 ризикоутворюючими факторами (концептами) сильного, помірного та істотного впливу, кожен з яких може бути як цільовим, так і керуючим в залежності від мети моделювання.

8. Розроблено методичний підхід до визначення величини репутаційного ризику підприємства-посередника за вхідними значеннями показників оцінки концептів когнітивної моделі, який охоплює всі структури управління на підприємстві і передбачає подальше перетворення числових оцінок рівня репутаційного ризику у лінгвістичні, які складаються з п'яти значень: дуже низький рівень, низький, середній, високий, дуже високий, яким надаються інтервальні оцінки відповідно $[0; 0,2)$, $[0,2; 0,37)$, $[0,37; 0,63)$, $[0,63; 0,8)$ та $[0,8; 1]$.

9. Для вдосконалення системи управління репутаційним ризиком підприємства-посередника на етапі розв'язання прямої задачі в дослідженні когнітивної моделі з'ясовано чотири контури управління (управлінський, економічний, ринковий, соціально-психологічний), а за результатами імпульсного моделювання при розв'язку оберненої задачі – групи управлінських впливів (керовані, слабко керовані, цільові), а також розроблено структурно-функціональну модель управління репутаційним ризиком підприємства-посередника, яка враховує всі рівні, функції управління та можливі управлінські заходи по забезпеченню їх виконання.

10. Практична реалізація розробленої методики моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників була здійснена на базі підприємства-посередника у сфері фінансів ПАТ АКБ «Індустріалбанк» та підприємства-посередника у сфері оптової торгівлі ТОВ «Промтехкомплект», запропоновані керівному складу яких кращі сценарії дали можливість зменшити рівень їх репутаційного ризику до цільового стану 0,34 – «низький» та досягти економічного ефекту у вигляді збільшення прибутку на 43,9 тис. грн та 102,4 тис. грн відповідно.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України

1. Тростянська К. М. Ризикостворюючі фактори репутаційного ризику організації: визначення та упорядкування / К. М. Тростянська // Науковий вісник Херсонського державного університету: зб. наук. праць. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 6. – Ч. 3. – С. 181–185 (0,7 друк. арк.).

2. Тростянська К. М. Методика оцінювання репутаційного ризику підприємств-посередників [Електронний ресурс] / К. М. Тростянська // Глобальні та національні проблеми економіки : Електронне наукове видання. –

2015. – Вип. 6. – С. 971–975. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-6-2015/14-vipusk-6-lipen-2015-r/972-trostyanska-k-m-metodika-otsinyuvannya-reputatsijnogo-riziku-pidpriemstv-poserednikiv> (0,5 друк. арк.).

3. Тростянська К. М. Моделювання оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємства – фінансового посередника / К. М. Тростянська // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 18. – С. 84–89 (0,6 друк. арк.).

Статті у наукових періодичних виданнях іноземних держав та виданнях України, що включені до міжнародних наукометричних баз

4. Тростянська К. М. Щодо формування бази знань предметної області «репутаційний ризик організації» / К. М. Тростянська // Економічний простір: зб. наук. праць. (*Index Copernicus, PИИЦ*). – 2013. – Випуск 80. – С. 267–278 (0,6 друк. арк.).

5. Тростянська К. М. Когнітивна структуризація предметної області «Репутаційний ризик організації» / К. М. Тростянська // Економічний аналіз: зб. наук. праць (*Index Copernicus, WorldCat, Google Scholar, Windows Live Academic, ResearchBible, Open Academic Journals Index, CiteFactor*). – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка». – 2014. – Т. 15. – № 3. – С. 197–205 (0,8 друк. арк.).

6. Тростянська К. М. Концептуальні засади моделювання оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємства-посередника / К. М. Тростянська // Бізнес Інформ (*Ulrichsweb Global Serials Directory, Research Papers in Economics, PИИЦ, Index Copernicus та ін.*). – 2016. – № 1. – С. 163–168 (0,5 друк. арк.).

7. Тростянська К. М. Удосконалення системи управління репутаційним ризиком підприємства-посередника / К. М. Тростянська // Економічний простір: зб. наук. праць (*Index Copernicus, PИИЦ*). – 2016. – № 2. – С. 220–230 (0,5 друк. арк.).

8. Тростянська К. М. Розробка сценаріїв управління репутаційним ризиком підприємства-посередника / К. М. Тростянська // Бізнес Інформ (*Ulrichsweb Global Serials Directory, Research Papers in Economics, PИИЦ, Index Copernicus та ін.*). – 2016. – № 2. – С. 130–134 (0,5 друк. арк.).

Публікації в інших виданнях

9. Тростянська К. М. Управління репутаційним ризиком організації: сучасний стан та проблемні аспекти / К. М. Тростянська // Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка. – 2013. – Т. 18. – Вип. 1. – С. 207–215 (0,6 друк. арк.).

10. Semencha I. Y. Risk-contributing factors of reputation risk of the organization: definition and ordering / I. Y. Semencha, K. M. Trostyanska // Academic science – problems and achievements IV, North Charleston, USA, 7–8.07.2014. CreateSpace, 2014. – Vol. 2 – 274 p. – P. 213–215 (0,2 друк. арк., особисто автором визначено перелік ризикостворюючих факторів репутаційного ризику та проведено їх ранжування – 0,1 друк. арк.).

11.Тростянська К. М. Індикатори оцінки ризику втрати банком ділової репутації / К. М. Тростянська // Системи обробки інформації (за матеріалами V Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційна та економічна безпека», 24–26 квіт. 2012 р., м. Харків) / ред. Стасєв Ю. В., 2012. – Т. 2. – Вип. 4 (102). – С. 143–144 (0,1 друк. арк.).

12.Тростянська К. М. Оцінка ризику втрати банком ділової репутації / К. М. Тростянська // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. тез доповідей XV Всеукраїнської наук.-практ. конф. (8-9 листоп. 2012 р.) / ред. Єпіфанов А. О. / ред. Пасічник І. / Державний навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 211 с. – С. 201–202 (0,1 друк. арк.).

13.Тростянська К. М. Позитивна репутація банку як складова стабільності банківської системи / К. М. Тростянська // Фінансовий механізм вирішення глобальних проблем: попередження економічних криз: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 22–23 берез. 2012 р. – Ч. 1. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2012. – 116 с. – С. 85–87 (0,2 друк. арк.).

14.Тростянська К. М. Ризик ризиків сучасного бізнесу / К. М. Тростянська // Фінансова система України: становлення та розвиток: Матеріали наук.-практ. конф. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2012. – 180 с. – С. 156–158 (0,1 друк. арк.).

15.Тростянська К. М. Управління ризиком репутації кредитної організації / К. М. Тростянська // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Фінанси: теорія і практика» / ред. Ареф'єва О. В. – К. : Національний авіаційний університет, 2012. – 101 с. – С. 89–90 (0,1 друк. арк.).

16.Тростянська К. М. Щодо когнітивної структуризації предметної області «Репутаційний ризик організації» / К. М. Тростянська // Пріоритети нової економіки знань в XXI сторіччі: Матеріали IV Міжнар.наук.-практ. конф. (26–27 груд. 2013 р., м. Дніпропетровськ): ДВНЗ «ПДАБА», 2013. – 112 с. – С. 87–91 (0,2 друк. арк.).

17.Тростянська К. М. Управління ризиком репутації у взаємовідносинах з клієнтами банку / К. М. Тростянська // Актуальні питання економічної науки: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. економічного спрямування. – Тернопіль, 2013. – 148 с. – С. 104–105 (0,1 друк. арк.).

18.Тростянська К. М. Репутаційний ризик організації: змістовне наповнення терміну / К. М. Тростянська // Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 28–29 берез. 2014 р.) / ГО «Львівська економічна фундація». У 3-х ч. / ред. Павленко Ю. С. – Львів: ЛЕФ, 2014. – Ч. 1. – 116 с. – С. 84–85 (0,1 друк. арк.).

19.Тростянська К. М. Репутаційний ризик підприємств-посередників: методика оцінювання / К. М. Тростянська // Сучасні тенденції в економіці та управлінні: новий погляд: зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 14–15 серп. 2015 р.) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2015. – 104 с. – С. 86–90 (0,2 друк. арк.).

АНОТАЦІЯ

Тростянська К. М. Моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємств-посередників. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. – Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Полтава, 2016.

Дисертація присвячена розв'язанню проблеми оцінювання репутаційного ризику для управління ним у діяльності підприємств-посередників. Для цього розроблено концепцію моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника, яка ґрунтується на методах економічного аналізу, зростаючих пірамідальних мереж, відношень подібності теорії розпізнавання образів, когнітивного та імпульсного моделювання, сценарного аналізу тощо. В межах даної концепції побудовано концептуальну модель репутаційного ризику, когнітивну модель оцінювання репутаційного ризику, розроблено методичний підхід до визначення величини репутаційного ризику за вхідними значеннями показників оцінки факторів ризику та структурно-функціональну модель управління репутаційним ризиком, яка враховує всі рівні, функції управління і можливі управлінські заходи по забезпеченню їх виконання. Універсальність та практична значущість методики моделювання оцінювання в управлінні репутаційним ризиком на основі розробленої концепції підтверджена досягненням позитивного економічного ефекту при її застосуванні керівництвом двох підприємств-посередників із різних сфер економіки.

Ключові слова: репутаційний ризик підприємства-посередника, когнітивна модель репутаційного ризику, рівень репутаційного ризику, оцінювання репутаційного ризику, модель управління репутаційним ризиком.

АННОТАЦИЯ

Тростянская К. Н. Моделирование оценивания в управлении репутационным риском предприятий-посредников. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.11 – математические методы, модели и информационные технологии в экономике. – Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», Полтава, 2016.

Диссертация посвящена решению проблемы оценивания репутационного риска для управления им в деятельности предприятий-посредников. В диссертации определены основные причины роста значимости рисков, связанных с репутацией посреднических организаций в современных условиях. Систематизированы основные подходы к определению репутационного риска предприятия как экономической категории, обобщены существенные признаки понятия «репутационный риск предприятия-посредника» и дано его обобщенное определение как «риск потенциальных финансовых потерь капитала и дохода предприятия-посредника, уменьшения возможности проводить деятельность вследствие ухудшения деловой репутации, вызванного

негативным восприятием клиентами, контрагентами, акционерами и другими заинтересованными лицами практики ведения деятельности, её результатов и отдельных событий, связанных с предприятием-посредником».

Осуществлен анализ существующих методологических положений и инструментария оценивания репутационного риска, охарактеризованы основные этапы процесса управления репутационным риском предприятия-посредника. Обоснована необходимость построения экономико-математической модели оценивания в управлении репутационным риском предприятия-посредника. Разработана концепция моделирования оценивания в управлении репутационным риском предприятия-посредника, которая основывается на методах экономического анализа, растущих пирамидальных сетей, отношений подобия теории распознавания образов, когнитивного и импульсного моделирования, сценарного анализа и пр.

В пределах данной концепции построена концептуальная модель репутационного риска, когнитивная модель оценивания репутационного риска, разработан методический подход к определению величины репутационного риска по входящим значениям показателей оценки факторов риска, а также разработана структурно-функциональная модель управления репутационным риском, которая учитывает все уровни, функции управления и возможные управленческие мероприятия по обеспечению их выполнения. Универсальность и практическая значимость методики моделирования оценивания в управлении репутационным риском на основе разработанной концепции подтверждена достижением позитивного экономического эффекта при ее применении руководством двух предприятий-посредников из разных сфер экономики.

Ключевые слова: репутационный риск предприятия-посредника, когнитивная модель репутационного риска, уровень репутационного риска, оценивания репутационного риска, модель управления репутационным риском.

SUMMARY

Trostianska K. Simulation evaluation in the management of reputational risk intermediary companies. – Manuscript.

Dissertation for scientific degree of candidate of economic sciences, specialty 08.00.11 – mathematical methods, models and information technologies in the economy. – Higher Educational Establishment of Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade", Poltava, 2016.

The thesis is dedicated to solving the problem of reputation risk evaluation and management in the intermediary companies. The assessment modeling concept in managing reputation risk intermediary company was developed to solve this problem, which is based on the methods of economic analysis, growing pyramidal networks, ratio of similarity of pattern recognition theory, cognitive and impulse modeling, scenario analysis etc. Within this concept a conceptual model of reputational risk, cognitive model of reputational risk evaluation, the methodical approach to the determination of reputational risk on the input values of indicators to assess risk factors and structural-functional model of management of reputational risk, which takes into account all the levels, management functions of reputational risk and

possible administrative measures to ensure their implementation were built. The versatility and practical significance of assessment modeling techniques in the management of reputational risk on the basis of the developed concept is confirmed by the achievement of positive economic effect in its application leadership of two intermediary companies from different sectors of the economy.

Key words: intermediary companies reputational risk, cognitive model of reputational risk, level of reputational risk, reputational risk assessment, model of reputational risk management.