

ОЦІНКА РОЛІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ЗВІТНОСТІ В УПРАВЛІННІ РЕПУТАЦІЙНИМ РИЗИКОМ

Прокопенко М.В., старший викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Особливе значення в сучасних умовах надається вдосконаленню системи управління ризиками організацій. Визначення перспектив розвитку, якісна ідентифікація ризиків, визначення розміру вірогідних втрат, розробка заходів превентивної протидії ризикам – пріоритетні напрями забезпечення стійкого розвитку організації.

Велике значення, що приділяється визначенню рівня погроз з боку зовнішніх і внутрішніх чинників дозволяє ефективно ідентифікувати більшість соціально-політичних, виробничо-технологічних, фінансово-економічних, професійних, маркетингових та інших ризиків, що приводить до формування адекватного управлінського рішення і відповідності планованого і фактичного стану організації.

Сьогодні одним з ризиків, що суттєво впливають на діяльність організації є репуаційний ризик. Репуаційний ризик - це ризик зниження довіри зацікавлених сторін, що посилюється при виявленні порушень, які, на думку сторін, відіб'ються на їх економічних інтересах.

Репуаційні ризики посилюються внаслідок настання певних подій, це означає, що втрати репуації відносно однієї (декілька) груп контрагентів настали, а відносно інших партнерів дані втрати лише підсилюють репуаційний ризик. Також репуаційні ризики приводять до появи інших видів ризику (платоспроможності, ліквідності та ін.), це означає, що інтереси певної групи партнерів не отримали своєї уваги і переросли у втрати репуації відносно даної групи.

Задоволення інформаційних потреб партнерів досягається в першу чергу за допомогою звітності компанії. Для виконання ролі інформаційно-аналітичного інструментарію управління репуаційними ризиками компанії, звітність повинна містити інформацію про стійкість господарських стосунків з основними групами залучених сторін, включаючи загальну характеристику стійкості стосунків, опис існуючих ризиків, зроблених заходів по їх мінімізації, а також досягнутих результатів.

Ключові слова: репуаційний ризик, втрати, репуація, довіра, звітність

THE ORGANIZATIONAL REPORTING ROLE EVALUATION IN REPUTATION RISK MANAGEMENT

Mykola Prokopenko, senior lecturer

Kharkiv National Automobile and Highway university

Summary. The particular importance in modern conditions is provided for the improvement of the organization's risk management system. Determination of development prospects, qualitative identification of risks, determination of the size of possible losses, development of measures for preventive counteraction to risks are priority areas for ensuring sustainable development of the organization.

The great importance given to the determination of the level of threats from external and internal factors makes it possible to effectively identify the majority of socio-political, industrial-technological, financial-economic, professional, marketing and other risks, leads to the formation of an adequate management decision and compliance of the planned and actual state organization.

Today, one of the risks that significantly affect the activities of the organization is reputational risk. Reputational risk is the risk of diminishing the confidence of interested parties, which is enhanced by the detection of violations that, in the opinion of the parties, will affect their economic interests.

Reputation risks increase due to the occurrence of certain events, which means that the loss of repatriation against one (several) groups of counterparties has occurred, and in relation to other partners, these losses only increase the reputation risk. Also, reputational risks lead to the appearance of other types of risk (p-efficiency, liquidity, etc.). This means that the interests of a certain group of partners have not received timely attention and have outgrown in the loss of reputation for this group.

Satisfaction of information needs of partners is achieved primarily through the company's reporting. To fulfill the role of the information and analytical tools for managing the company's reputational risks, the reporting should contain information on the sustainability of economic relations in the main groups of stakeholders, including a general description of the sustainability of the relationship, a description of existing risks, measures taken to minimize them, and the results achieved.

Keywords: reputation risk, losses, reputation, trust, accounting

Постановка проблеми. Одним з основних найбільш значимих ризиків, що безпосередньо впливають на ефективне функціонування і рівень капіталізації підприємств, є репутаційний ризик, поява якого обумовлена активною дією на діяльність підприємства різних груп громадськості. На сьогоднішній день в теорії і практиці ризик-менеджменту даному ризику не приділяється належної уваги: даний ризик дуже погано вивчений і практично ніяк не керований, тому недооцінюється або просто ігнорується більшістю фахівців і топ-менеджерів підприємств різних галузей економіки. Проте аналіз функціонування організацій свідчить, що в сучасних висококонкурентних ринкових умовах саме репутаційний ризик набуває всього більшого і більшого значення серед нефінансових ризиків, оскільки його недооцінка і ігнорування приводить до різних, досить згубних і катастрофічних для підприємства наслідків (включаючи банкрутство).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій показує, що проблема аналізу причин та методів управління ризиками економічної діяльності організації досліджена значною кількістю вчених.

Е. Гриффін, Р. Доулінг, А. Заман, С. Ньюквіст, Д. Райн, Р. Шатц і Р. Екклз внесли значний вклад до розкриття суті і проявів репутаційного ризику компанії, обґрунтовують походження даного ризику невідповідністю чеканням зацікавлених сторін.

Цінність звітності для аналізу зацікавленими користувачами та управління репутаційним ризиком широко розглянута в роботах М.І. Баканова, В.І. Баріленко, С.Б. Барнгольц, В.Г. Гетьмана, Д.А. Ендовіцького, О.В. Єфімової та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Вплив репутаційного ризику на розвиток, функціонування і конкурентоспроможність організацій постійно зростає і посилюється в результаті постійного посилення і посилювання конкурентної боротьби. Отже, без чіткого розуміння суті і особливостей репутаційного ризику, а також без продуманого і адекватно організованого стратегічного управління даним ризиком будь-яка організація приречена на банкрутство.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в теоретичному аналізі особливостей представлення інформації у звітності організації для зменшення проявів репутаційного ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з видів ризиків, які впливають на діяльність організації, є репутаційний ризик – це сукупність ризиків, що виявляються в ході функціонування компанії і пов'язані з невдалим використанням бренду, виробництвом неякісних товарів і послуг, невиконанням законодавства, а також із збитком, заподіяним репутації, який загрожує в довгостроковому періоді довірі з боку клієнтів, службовців, акціонерів, регулюючих органів, партнерів та інших зацікавлених суб'єктів [1].

Репутаційні ризики є дуже різноманітними. Так, наприклад, залежно від причин, природи і місця виникнення виділяють зовнішні і внутрішні; по збитку, що наноситься: допустимі, критичні, катастрофічні; залежно від точності їх оцінки – об'єктивні і суб'єктивні; виходячи із зміни ступеня ризику в часі – статичні і динамічні; залежно від вигляду втрат – фінансові і нефінансові, по взаємозв'язку з іншими видами ризиків – причина і наслідок посилення/настання інших ризиків, по мірі прояву – вірогідність загрози, загроза в прихованій формі, прояв загрози втрати репутації; по групах залучених сторін – в стосунках з клієнтами, постачальниками, співробітниками, кредиторами, державними органами, громадськістю, акціонерами і інвесторами та ін.; по мірі залученості зацікавлених сторін – ризик того, що в стратегії компанії буде не дотриманий баланс інтересів стейкхолдерів; ризик впливу невідповідності чеканням інших партнерів на здатність компанії відповідати по зобов'язаннях перед даним контрагентом (стейкхолдером); ризик впливу репутації даної компанії на систему стосунків зацікавленої сторони з власними партнерами.

Загрози діловій репутації можуть бути умовно поділені на внутрішні, тобто ті, що залежать від персоналу організації в результаті прояву некомпетентності, зневаги до встановленого порядку функціонування організації, або злого наміру, і зовнішні – породжені протиправними діями інших осіб і організацій [2].

При дії внутрішніх чинників (фінансово-економічних, соціально-психологічних, організаційних, регулюючих, корпоративних) виникає необхідність вдосконалення механізму внутрішнього регулювання, при дії зовнішніх – формування резервів для підтримки темпів стійкого розвитку.

Можна виділити такі взаємозв'язані компоненти, що впливають на успішність управління репутаційним ризиком: внутрішнє середовище, постановка цілей, визначення подій, оцінка ризику, реагування на ризик, засоби контролю, інформація і комунікації та моніторинг ризику.

Внутрішнє середовище є атмосферою в організації і визначає яким чином ризик сприймається співробітниками організації, і як вони на нього реагують. Даний елемент включає філософію управління ризиками, чесність і етичні цінності, а також те середовище, в якому вони існують. Репутаційний ризик є внутрішнім за походженням, оскільки саме недоліком внутрішнього контролю обґрунтовано посилення даної категорії ризику. Тому оцінка ефективності функціонування внутрішнього середовища визначає фундаментальну основу управління репутаційними ризиками. Кожен співробітник компанії вносить свій вклад до системи розвитку і управління репутаційним ризиком компанії [3].

Якщо розглядати співробітників як елемент внутрішнього середовища організації, то відносно репутаційного ризику вони виконують одночасно три функції. З одного боку співробітники є групою зацікавлених сторін, відносно яких виникають репутаційні ризики, з іншої – міра виконання ними своїх зобов'язань перед компанією є джерелом репутаційного ризику відносно інших зацікавлених сторін. До третьої функції співробітників можна віднести здібність до виявлення та ідентифікації репутаційного ризику на ранніх стадіях, коли він піддається управлінню.

Наступний компонент – постановка цілей. Репутаційний ризик завжди залежить від зовнішнього сприйняття подій. Тому метою управління репутаційним ризиком може бути підтримка його на розумному мінімумі відносно кожної групи зацікавлених сторін [4].

Постановку цілей при управлінні репутаційним ризиком також ускладнює той факт, що рівень ризику в відношенні до кожної групи стейкхолдерів буде різним, і часто, має зворотний взаємозв'язок, тому необхідно ранжирування пріоритетів зацікавлених сторін.

Внутрішні і зовнішні події, які впливають на досягнення цілей організації, повинні визначатися з врахуванням їх розділення на ризики або можливості. Можливості повинні враховуватися керівництвом в процесі формування стратегії і постановки цілей. Для застосування даного підходу до ідентифікації репутаційного ризику, події необхідно класифікувати відносно різних груп зацікавлених сторін, тобто визначити, які потенційні порушення, здатні привести до значного збільшення репутаційного ризику відносно кожної групи контрагентів [5].

Наступним компонентом даної методики є оцінка ризику. Ризики аналізуються з врахуванням вірогідності їх виникнення і впливу для того, щоб визначити які дії відносно них необхідно зробити. Оцінка ризику є аналізом ризику та його якісно/кількісною оцінкою.

Для оцінки ризику зручно використовувати метод Дельфі, який є найбільш відповідним, оскільки інформаційні потреби різних груп взаємозв'язані, і враховують оцінки інших груп [6].

Даний метод, дозволяє врахувати незалежну думку всіх учасників групи експертів з обговорюваного питання шляхом послідовного об'єднання ідей, висновків, пропозицій і прийти до згоди, заснований на багатократних анонімних

групових інтерв'ю. Метод Дельфі дозволяє коректувати думки експертів після оголошення їм результатів відповідей інших груп [7].

Після проведення процедур аналізу ризику, керівництво вибирає метод реагування - ухилення від ризику, прийняття, зменшення або перерозподіл та розробляє низку заходів, які дозволяють привести виявлений ризик у відповідність з допустимим рівнем ризику.

Ухилення від репутаційного ризику можливо лише в разі вкрай своєчасного виявлення проблеми, що дозволяє вирішити саму проблему, а також уникнути посилення репутаційного ризику.

Можна виділити загальні напрями розвитку звітності в цілях зниження репутаційного ризику:

- стандартне перерахування функцій Ради директорів і його комітетів не представляється інформативним для стейкхолдерів, розумним представляється розкриття інформації про реалізовані ними завдання (з окремими прикладами), опис напрямів їх залучення в управління – етапів, процедур і результатів;

- перерахування основних фактів біографії членів Ради директорів створює лише загальне уявлення про високий рівень кваліфікації, інформація про найбільш релевантні навички і досвід вирішення окремих проблем в інших компаніях, може внести вклад в зниженні ризиків довіри менеджменту;

- роз'яснення причин і прогнозованих наслідків прийнятих радою директорів рішень також підвищує інформаційну залученість стейкхолдерів;

- опис процесів системи моніторингу корупції і шахрайства в компанії також підвищує довіру зацікавлених сторін;

- при описі результатів операцій по злиттю/поглинанню, як правило, значна увага приділяється скоректованим фінансовим результатам, проте користувачі зацікавлені в інформації про прогнозований синергетичний ефект, про взаємозв'язок таких операцій із стратегією компанії, про те, як дане рішення було досягнуте, які ризики були виділені і шляхи їх мінімізації надалі. Розкриття технічної інформації відносно того, хто і коли проводитиме моніторинг позначених ризиків також підвищує інформаційну залученість стейкхолдерів [8].

Для того, щоб звітність могла бути використана як ефективний інструмент управління репутаційними ризиками, вона повинна включати інформацію по аспектам, що цікавлять стейкхолдерів та зв'язаним ризикам.

Класифікуючи вимоги до розкриття інформації в корпоративній звітності, можна виділити 3 групи:

- інформація про економічну стійкість – інформація про можливість компанії вести бізнес в майбутньому, генерувати необхідний грошовий потік і стійке повернення для акціонерів, підтримувати або розвивати конкурентоспроможність діяльності; керувати впливом компанії на зацікавлені сторони;

- інформація про соціальну стійкість – внесок компанії в процвітання суспільства і індивіда, прагнення до рівномірного розподілу доходів між підрозділами усередині країни, прагнення до рівномірного розподілу доходів між різними країнами, розвиток соціальних умов усередині компанії (відносно співробітників), розвиток соціальних умов за межами компанії;

- інформація про екологічну стійкість – підтримка природного капіталу на певному рівні, відповідальний підхід до використання непоновлюваних і поновлюваних ресурсів, зменшення викидів в атмосферу, воду, ґрунт в можливій мірі, зменшення екологічної шкоди і ризику до можливого мінімуму.

Для досягнення такого розкриття окрім інформаційного наповнення необхідні наступні кроки:

- включення в звітність найбільш релевантної інформації, що сприяє розумінню бізнесу і його особливостей стосовно даної галузі.

- структурування інформації для забезпечення найбільшого розуміння;

- опис подій в контексті аналізу зовнішнього середовища і його ризиків і впливів;

- формування взаємозв'язку між фінансовими і нефінансовими розділами звітності.

Така інтегрована звітність показує кореляцію показників один з одним та демонструє повну і вичерпну інформацію про організацію, яка є необхідною для різних зацікавлених груп.

Перелік посилань:

1. Важенина И.С. Репутация территории: теория, методология, практика/ И.С. Важенина. — М.: Изд-во «Экономика», 2012. — 207 с.

2. Ильин А.И. Планирование на предприятии: / А.И. Ильин, Л.М. Синица. - Мн.: ООО «Новое знание», 2015. — 450 с.

3. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости/ пер. с англ./ А. Заман — М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2013. - 416 с.

4. Бойчик І. М. Економіка підприємства / Бойчик І. М., Харів П. С., Хопчан М.І. - Львів: Сполох, 2013. — 530с.

5. Балабанов И.Т. Риск – менеджмент / Балабанов И.Т. — М.: Финансы и статистика, 2016. — 154 с.

6. Родионов Б.Н., Саломатин Н.А., Осадчая Л.Г. Организация, планирование и управление предприятием / Родионов Б.Н., Саломатин Н.А., Осадчая Л.Г. - М.: Машиностроение, 2013. -328с.

7. Борисевич В.И., Кандаурова Г.А., Кандауров Н.Н. и др. Прогнозирование и планирование экономики: Практикум: Учебное пособие / Под ред. Г.А. Кандауровой. Мн.: УП "Экоперспектива", 2013г.

8. Клименко С. М. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризику / Клименко С. М., Дуброва О. С. — К.: КНЕУ, 2014. — 272 с.

Стаття надійшла: 08.12.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горовий Д.А.

Рецензент: д.держупр., проф. Маліков В.В.



УДК 338.518+343.346.2

JEL L15

УЗАГАЛЬНЕННЯ МЕТОДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ДОРОЖНЬО-БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Горовий Д.А., д.е.н., професор

Горова К.О., к.е.н., доцент

Сичова К.Є.

Кадигроб Ю.Ю.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. За умови відмінності ширини залізничної колії в Україні та більшості країн ЄС, одним із небагатьох засобів вантажоперевезення є автомобільний транспорт. На автодороги України щодня виходить близько 20 млн. автомобілів, значна кількість яких є вантажними, що особливо потребують якісної рівної дороги для пришвидшення перевезення товарів на значні відстані. Таким чином, досягнення завдань держави по прискоренню економічного зростання, поліпшенню життя населення, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг прямо залежать від стану й розвитку мережі автомобільних доріг.

У сучасній ринковій економіці найважливішим фактором підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки є якість.

Економічна оцінка якості продукції припускає виконання відповідності показників якості продукції вимогам споживачів і вибір, якщо буде потреба, напрямку поліпшення його якості. Якість визначається мірою відповідності товарів, робіт, послуг умовам і вимогам: запитам споживачів; стандартам; договорам; контрактам.

Метою роботи є розробка рекомендацій щодо узагальнення методів економічної оцінки якості дорожньо-будівельних робіт в контексті європейської інтеграції України.