

Карина Миколаївна ТРОСТЯНСЬКА

викладач кафедри банківської справи,
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
пр. К. Маркса, 35, м. Дніпропетровськ, 49000, Україна
E-mail: karina_tr@ukr.net
Телефон: +380562460403

КОГНІТИВНА СТРУКТУРИЗАЦІЯ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ «РЕПУТАЦІЙНИЙ РИЗИК ОРГАНІЗАЦІЇ»

Тростянська, К. М. Когнітивна структуризація предметної області «Репутаційний ризик організації» [Текст] / Карина Миколаївна Тростянська // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 3. – С. 197-205. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. *Наявна на сьогодні розмитість, нечіткість, суб'єктивність, а іноді й суперечливість у поглядах вчених та практиків у визначенні поняття «репутаційний ризик» є суттєвою перешкодою на шляху побудови ефективної системи управління ним при у процесі діяльності організації. Висвітлення структури знань, які задіяні у процедурі вибору форми для номінації досліджуваного поняття, сприяє уточненню його змісту та звільненню від суб'єктивних аспектів.*

Мета. *Метою статті є визначення множини термінів бази знань, які, з одного боку, дають можливість характеризувати змістове наповнення самого терміна, з іншого – проаналізувати вплив різноманітних чинників на репутаційний ризик організації. Завданнями дослідження є: 1) вивчення когнітивних зв'язків терміна «репутаційний ризик організації» з іншими термінами бази знань; 2) побудова базового тезаурусу предметної області (ПО) «Репутаційний ризик організації»; 3) уточнення змісту поняття «репутаційний ризик організації».*

Метод (методологія). *При когнітивній структуризації ПО враховувалися суттєві зв'язки терміна з тими термінами бази знань, для яких значення ступеня подібності при побудові ПО були найбільшими для кожного конкретного терміна. На підставі дослідження логічних відносин подібності між термінами ПО «Репутаційний ризик організації» побудовано базовий тезаурус.*

Результати. *Дослідження підтвердило наявність сильних когнітивних зв'язків між окремими загальнонауковими, економічними термінами та терміном «репутаційний ризик організації» та дозволило визначити місце досліджуваного терміна у сукупності термінів предметної області. Об'єктивно доведено:*

1. Спираючись на загальнонаукові підходи та категорії, репутаційний ризик організації виступає носієм переважно економічних характеристик і економічних інтересів. 2. Репутаційний ризик – це економічна категорія, яка лежить у площині здійснення системного управління в діяльності соціально-економічної системи, торкається питань її формування, функціонування або повернення до стійкого стану. Репутаційний ризик організації має сильні причинно-наслідкові зв'язки з діяльністю суб'єкта, його мотивами та орієнтирами поведінки у навколишньому світі, зокрема в економічній сфері. Суб'єктивізм є визначальною рисою репутаційного ризику організації. 3. Джерелом репутаційного ризику є не стільки конкретні факти та події, пов'язані з організацією, скільки характер інформації, отриманої окремими суб'єктами з точки зору впливу на формування суб'єктивних уявлень щодо організації. 4. Системні проблеми організації – стабільне джерело репутаційного ризику; системність є характеристикою репутаційного ризику організації. Наведено визначення поняття репутаційного ризику організації як ризику потенційних фінансових втрат капіталу та доходу організації, зменшення спроможності провадити діяльність унаслідок погіршення ділової репутації, спричиненого негативним сприйняттям клієнтами, контрагентами, акціонерами та іншими зацікавленими особами результатів, практики ведення діяльності та окремих подій, пов'язаних з організацією. Дослідження когнітивних зв'язків термінів ПО «Репутаційний ризик організації» дозволило об'єктивним шляхом виявити основні фактори, що визначають останній.

Ключові слова: *репутаційний ризик; предметна область; база знань; аналіз; відносини подібності; когнітивні зв'язки.*

**КОГНИТИВНАЯ СТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ
«РЕПУТАЦИОННЫЙ РИСК ОРГАНИЗАЦИИ»**

Аннотация

Введение. Существующая на сегодня размытость, нечеткость, субъективность, а иногда и противоречивость во взглядах ученых и практиков в определении понятия «репутационный риск» является существенным препятствием на пути построения эффективной системы управления им при осуществлении деятельности организации. Освещение структуры знаний, которые задействованы в процедуре выбора формы для номинации исследуемого понятия, способствует уточнению его содержания и освобождению от субъективных аспектов.

Цель. Целью статьи является определение множества терминов базы знаний, которые, с одной стороны, дают возможность охарактеризовать содержательное наполнение самого термина, а с другой – проанализировать влияние различных факторов на репутационный риск организации. Задачи исследования: 1) изучение когнитивных связей термина «репутационный риск организации» с другими терминами базы знаний, 2) построение базового тезауруса предметной области (ПО) «Репутационный риск организации» 3) уточнение содержания вышеуказанного понятия.

Метод (Методология). При когнитивной структуризации ПО учитывались существенные связи термина с теми терминами базы знаний, для которых значение степени подобия при построении ПО были наибольшими для конкретного термина. На основании исследования логических отношений подобия между терминами ПО «Репутационный риск организации» построен базовый тезаурус.

Результаты. Исследование подтвердило наличие сильных когнитивных связей между отдельными общенаучными, экономическими терминами и термином «репутационный риск организации» и позволило определить место исследуемого термина в совокупности терминов предметной области. Объективно доказано:

1. Основываясь на общенаучных подходах и категориях, репутационный риск организации выступает носителем преимущественно экономических характеристик и экономических интересов. Репутационный риск – это экономическая категория, которая лежит в плоскости осуществления системного управления в деятельности социально-экономической системы, затрагивает вопросы ее формирования, функционирования или возврата к устойчивому состоянию.

2. Репутационный риск организации имеет сильные причинно-следственные связи с деятельностью субъекта, его мотивами и ориентирами поведения в окружающем мире, в частности – в экономической сфере. Субъективизм является определяющей чертой репутационного риска организации.

3. Источником репутационного риска являются не столько конкретные факты и события, связанные с организацией, сколько характер информации, полученной отдельными субъектами с точки зрения влияния на формирование субъективных представлений об организации.

4. Системные проблемы организации – стабильный источник репутационного риска; системность является его характеристикой.

Дано определение понятия репутационного риска организации как риска потенциальных финансовых потерь капитала и дохода организации, уменьшение способности проводить деятельность вследствие ухудшения деловой репутации, вызванного негативным восприятием клиентами, контрагентами, акционерами и другими заинтересованными лицами результатов, практики ведения деятельности и отдельных событий, связанных с организацией. Исследование когнитивных связей терминов ПО «Репутационный риск организации» позволило объективным путем выявить основные факторы, определяющие репутационный риск организации.

Ключевые слова: репутационный риск; предметная область; база знаний; анализ; отношения подобия; когнитивные связи.

Karyna Mykolaivna TROSTYANSKA

Lecturer,

Department of Banking Business,

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

Karl Marx Prospect, 35, Dnipropetrovsk, 49000, Ukraine

E-mail: karina_tr@ukr.net

Phone: +380562460403

**COGNITIVE STRUCTURING OF THE SUBJECT AREA
«REPUTATION RISK OF THE ORGANIZATION»**

Abstract

Introduction. Nowadays blurring, illegibility, subjectivity, and sometimes contradictory of views of scientists and practitioners in the definition of "reputation risk" can become a significant obstacle to building its effective management system in activities of the organization. Illustration of knowledge structures that are involved in the form selection procedure for the nomination of the concept under investigation helps to clarify its content and release from the subjective aspects.

Purpose. The aim is to determine a set of terms of knowledge base that, on the one hand, provides an opportunity to characterize the substantive content of the term, and, on the other hand, analyzes the impact of various factors on the reputation risk of the organization. The objectives of the study are: 1) the study of cognitive links of the term "reputation risk of the organization" with other terms of the knowledge base, 2) the construction of the base thesaurus of the subject area "Reputation risk of the organization", 3) clarification of the concept "reputation risk of the organization."

Method (methodology). While carrying out cognitive structuring of subject area it has been considered a substantial connection with the terms of the term knowledge base, where the value of the degree of similarity in the construction of subject area has been the highest for each term. On the basis of the study of logical relations of similarity between the terms of the subject area "Reputation risk of the organization" it has been built a base thesaurus.

Results. The study confirmed the existence of strong connections between the cognitive general scientific, economic terms and the term "reputation risk of the organization" and allowed to determine the place of the term in set of terms in the subject area. It has been objectively proved that:

1. Based on scientific approaches and categories, reputation risk of the organization acts as the carrier of predominantly economic characteristics and economic interests. Reputation risk – is an economic category, which is in the plane of the system management in the socio-economic system, raises the questions of its formation, operation or return to a stable state.

2. Reputation risk of the organization has a strong causal links with the activities of the subject, its motives and behavior guidelines in the world, particularly in the economic sphere. Subjectivism is the defining feature of reputation risk of organization.

3. Source of reputation risk is not as much the specific facts and events related to the organization, as the information acquired by separate entities in terms of influence on the formation of subjective perceptions of the organization.

4. Systemic problems of organization are a stable source of reputation risk; systematicity is its characteristics.

It has been determined the concept of reputation risk of organization as a potential risk of financial loss of capital and earnings of the organization, reduction of the ability to conduct operations due to the worsening of business reputation caused by the negative perception of customers, counterparties, shareholders and other stakeholders, the results of operation practices, and individual events associated with the organization. Study of cognitive connection of terms of the subject area "Reputation risk of the organization" allowed to identify the main factors that determine the reputation risk of the organization.

Keywords: reputation risk; subject area; knowledge base; analysis; similarity relations; cognitive connections.

JEL classification: D83, D89

Вступ

Як відомо, ефективність будь-якого дослідження значною мірою залежить від чіткого розуміння наукових понять і термінів, якими доводиться оперувати в процесі роботи. Саме цей факт і визначає актуальність нашої статті, оскільки, як свідчить аналіз існуючих точок зору на поняття «репутаційний ризик організації», на сьогодні не існує його загально визнаного визначення, спектр висловлювань експертів щодо сутності та причин виникнення репутаційного ризику досить широкий. На нашу думку, жодне з чинних на сьогодні визначень репутаційного ризику не відповідає повною мірою характеристиці терміну, який повинен бути: 1) однозначним (або мати тенденцію до однозначності); 2) точним (термін має номінативну функцію, але йому не властиві емоційна, експресивна і модальна функції); 3) стилістично нейтральним; 4) мати значення, яке дорівнює поняттю (в обсязі пізнаного); 5) бути системним.

Сучасне термінознавство вважає термін особливою когнітивно-інформаційною структурою, в якій акумулюється виражене в конкретній мовній формі професійно-наукове знання, накопичене людством за весь період його існування [1, с. 25]. Термін визнається основною одиницею науки, спеціальних галузей знань і сфер діяльності людини, призначення якої – «номінувати об'єкти і процеси і одночасно слугувати засобом пізнання навколишнього світу» [2, с. 14]. «Виступаючи носіями професійно-наукової пам'яті, терміни стають засобом спілкування в спеціальних галузях життя, де використовуються як особливі когнітивні моделі, необхідні в процесі професійної комунікації» [3, с. 98]. У когнітивно-дискурсивній парадигмі знання особливої важливості набуває висвітлення структур знань, які задіяні у процедурі вибору форми для номінації конкретного поняття. У цьому відношенні не можна не погодитися з думкою О. А. Зяблової: «з когнітивної точки зору визначити термін – означає визначити не тільки структуру знання, що стоїть за даним знаком, а й місце цієї структури знання в загальній системі знань» [4, с. 44].

Оскільки система наукових понять висловлює структуру знання про об'єкт і способи його опису, а система термінів корелює з системою понять, вважаємо доцільним при вирішенні когнітивного питання про термін «репутаційний ризик організації» визначення максимально повної структури наукового знання про об'єкт дослідження.

Мета статті та завдання

Метою статті є визначення множини термінів бази знань, що визначають репутаційний ризик організації. Завданнями дослідження є: 1) вивчення когнітивних зв'язків терміну «репутаційний ризик організації» з іншими термінами бази знань; 2) побудова базового тезаурусу предметної області (ПО) «Репутаційний ризик організації»; 3) уточнення змісту поняття «репутаційний ризик організації».

Виклад основного матеріалу

З точки зору термінознавства, система термінологічних відносин може бути репрезентована онтологічними (відносини суміжності в просторі і часі) та логічними відносинами [5]. При створенні ПО «Репутаційний ризик організації» було досліджено логічні відносини подібності між термінами ПО.

У роботі [6] наведено методика когнітивної структуризації ПО «Репутаційний ризик організації» та зафіксовано частину концептуалізації, що залежить від поглядів на ПО «Репутаційний ризик організації». Аналіз когнітивних зв'язків терміна з іншими термінами бази знань дає можливість розширити уявлення про предмет дослідження. До глосарію (214 термінів) внесено запропоновані І. Є. Семенчею в роботі [7] основні соціально-економічні та загальнонаукові терміни менеджменту та проаналізовані в праці [6] найбільш уживані терміни, що належать до управління репутаційним ризиком: ділова репутація, імідж, бренд, гудвіл, довіра, досвід, очікування, зацікавлена особа (стейкхолдер), корпоративна культура, репутаційний ризик.

За допомогою системи інтелектуального аналізу даних CONFOR [8] між усіма термінами бази знань знайдено відношення подібності за формулою [9, с. 137]:

$$\eta_{v_j}^{v_i} = \sum_{a_n \in (A(v_i) \cap A(v_j))} p_{a_n}^{v_i}, \quad (1)$$

де $\eta_{v_j}^{v_i}$ – ступінь подібності терміна v_i до терміна v_j ;

$p_{a_n}^{v_i}$ – вага ознаки a_n в описі терміна v_i .

При когнітивній структуризації ПО враховувалися суттєві зв'язки терміна з тими термінами бази знань, для яких розраховані значення $\eta_{v_j}^{v_i}$ є найбільшими для кожного конкретного з них.

Репутаційний ризик організації, як свідчить дослідження, з одного боку, зумовлює існування окремих об'єктів предметної області, з іншого боку, є результатом їх впливу. На рис. 1 зображено ті відносини між термінами бази знань, які дають змогу продемонструвати найбільш сильні зв'язки терміну «репутаційний ризик організації» з іншими термінами бази знань.

При побудові бази знань ПО «Репутаційний ризик організації» виявлено, що знання про репутаційний ризик організації формують дві групи термінів, які представляють наукові поняття різних рівнів категоризації: 1) загальнонаукові терміни та 2) економічні терміни. Дослідження підтвердило наявність сильних когнітивних зв'язків між окремими загальнонауковими, економічними термінами та терміном «репутаційний ризик організації», дозволило визначити місце досліджуваного терміна у сукупності термінів предметної області. Оскільки найближчими термінами, з якими досліджуваний пов'язаний сильними двосторонніми відносинами подібності, є економічні («гудвіл», «ділова репутація», «менеджмент», «конкурентна перевага», «корпоративна культура»), термін «репутаційний ризик організації» належить до множини економічних термінів. Відповідно, репутаційний ризик виступає носієм переважно економічних характеристик і економічних інтересів.

Наявність зв'язків терміну «репутаційний ризик організації» з загальнонауковими термінами бази знань підтверджує судження про те, що термін «репутаційний ризик організації» не суперечить загальнонауковим підходам та категоріям, базується на них. На підставі побудови ланцюгів термінів за визначеними значеннями ступеня подібності об'єктивно підтверджено зв'язок репутаційного ризику з такими загальнонауковими категоріями, як: теорія, знання, поняття, система, закон, концепція, парадигма, підхід, метод, методологія, аналіз, синтез, управління. Через брак місця на рис. 1 репрезентовано не усі терміни бази знань.

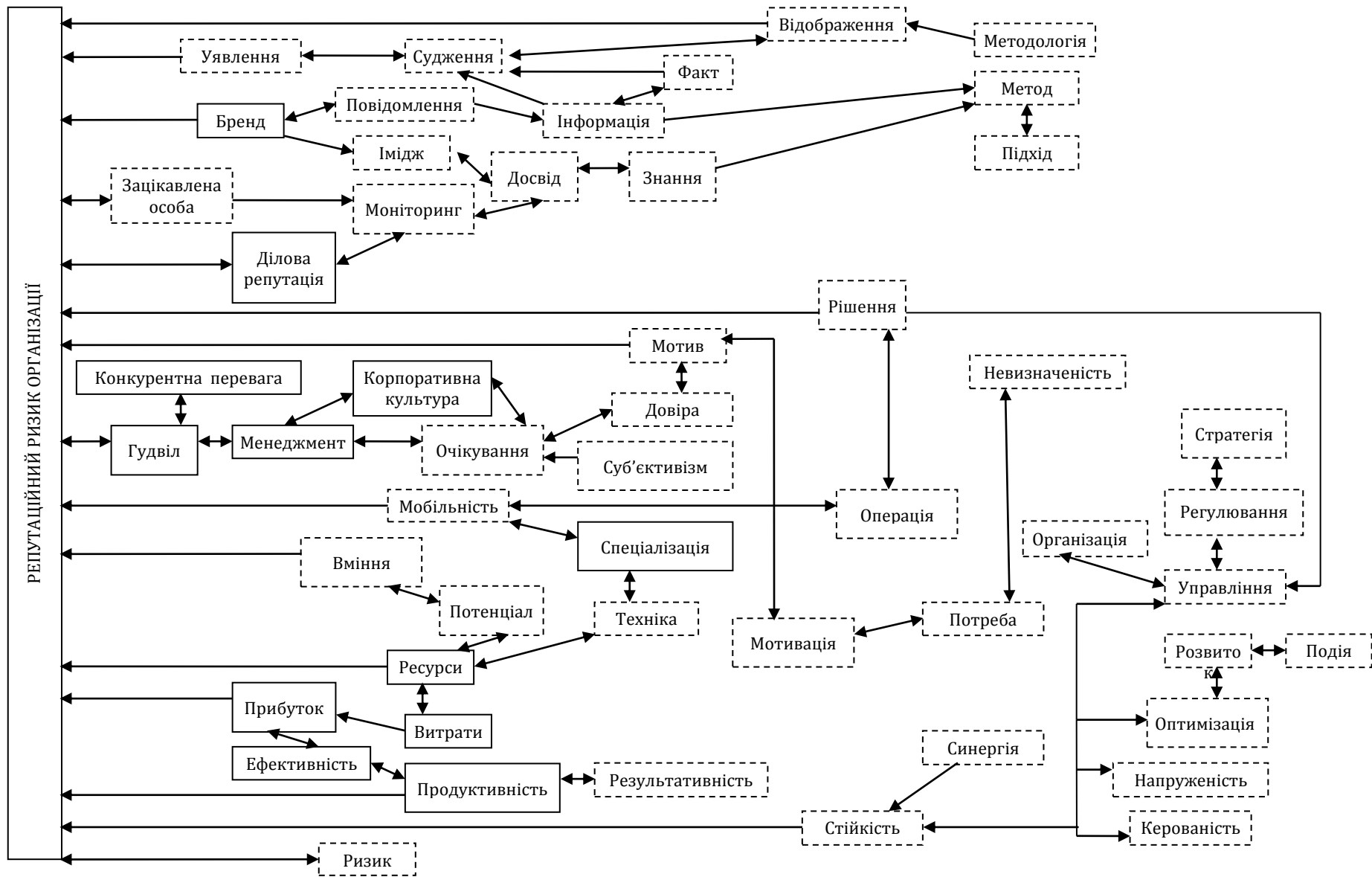


Рис. 1. Базовий тезаурус ПО «Репутаційний ризик організації»: – загальнонаукові терміни ПО; – економічні терміни ПО

Серед загальнонаукових термінів, з якими пов'язаний «репутаційний ризик організації», слід виокремити ті, що відповідають поняттям, які розкривають методичні аспекти ведення діяльності. Через «менеджмент» він пов'язаний з термінами «штучний інтелект», «підхід», «метод», «методологія», «методика», «модель». Термін «підхід» має сильні двосторонні зв'язки з терміном «техніка» (у сенсі сукупності прийомів здійснення процесів діяльності), який пов'язаний з економічними термінами «корпоративна культура», «спеціалізація», «ресурси».

У ході дослідження було виявлено наявність суттєвих когнітивних зв'язків досліджуваного терміну з такими, що уособлюють поняття, пов'язані з діяльністю суб'єкта, його мотивами та орієнтирами поведінки у навколишньому світі, зокрема, в економічній сфері. У базі знань терміни «мотив», «відображення», «уявлення», «судження» мають найбільші значення ступеня подібності до терміну «репутаційний ризик організації» після терміну «ризик», окремим видом якого є репутаційний ризик. Наявність таких «невловимих» факторів значно ускладнює процес управління репутаційним ризиком. Як видно на рис. 1, мотиви дій суб'єктів відносно організації визначаються довірою, потребою (через термін «мотивація») та мобільністю. Інші когнітивні зв'язки терміну «довіра» проаналізовано в роботі [6]: довіра визначає очікування щодо стану та дій організації, корпоративну культуру організації та через термін «менеджмент» впливає на її гудвіл, ділову репутацію та репутаційний ризик. Термін «потреба» має суттєві значення ступеня подібності до термінів «мотивація», «невизначеність», «напруженість».

Федеральна резервна система та American Banker Glossary першопричиною репутаційного ризику вважають віддану гласності негативну інформацію про ділову практику організації [10]. Дослідження не підтвердило наявності прямих зв'язків терміну «репутаційний ризик організації» з термінами «інформація», «повідомлення», «факт», але не можна ігнорувати їхні опосередковані зв'язки з досліджуваним. Найбільш суттєвими за впливом вказаних термінів на об'єкт дослідження встановлено такі ланцюги бази знань:

1. Репутаційний ризик організації ↔ Ризик ↔ Рішення ↔ Управління ↔
↔ Інформація, де можливі продовження:
→ Метод ↔ Уміння ↔ Репутаційний ризик організації;
↔ Факт → Теорія → Досвід ↔ Моніторинг ↔ Ділова репутація ↔ Репутаційний ризик організації;
↔ Факт → Теорія → Судження ↔ Уявлення → Репутаційний ризик організації;

2. Повідомлення → Бренд ↔ Репутаційний ризик організації;
Повідомлення → Досвід ↔ Моніторинг ↔ Ділова репутація ↔ Репутаційний ризик організації;
Повідомлення → Інформація → Метод ↔ Уміння ↔ Репутаційний ризик організації.

З наведеного вище випливають наступні висновки: по-перше, отримана суб'єктами інформація щодо організації визначає методи впливу (взаємодії) на організацію та формує досвід суб'єктів; по-друге, в процесі моніторингу діяльності компанії, у разі виявлення дисонансу між досвідом та реальним станом речей, інформація спроможна істотно вплинути на ділову репутацію, а через неї – збільшити репутаційний ризик; по-третє, отримана інформація формує судження та уявлення суб'єктів щодо організації, які без поєднання з досвідом та моніторингом є самостійними джерелами репутаційного ризику організації.

Термін «подія» має такі зв'язки у базі знань:

Подія ↔ Розвиток ↔ Оптимізація ↔ Рішення ↔ Репутаційний ризик організації;
Подія ↔ Рух ↔ Інформація → Метод ↔ Уміння ↔ Репутаційний ризик організації;

Подія ↔ Параметр ↔ Модель ↔ Штучний інтелект ↔ Метод ↔ Уміння ↔ Репутаційний ризик організації.

Таким чином, джерелом репутаційного ризику є не стільки конкретні факти та події, пов'язані з організацією, скільки характер інформації, отриманої окремими суб'єктами, що визначає індивідуальне сприйняття та формування суджень, і є основою прийняття рішень щодо організації та здійснення конкретних дій.

Дослідження показало наявність сильних прямих та опосередкованих когнітивних зв'язків терміна «суб'єктивізм» з більшістю термінів бази знань, а звідси, і з терміном «репутаційний ризик організації». Отже, суб'єктивізм є визначальною рисою репутаційного ризику організації.

Сильні зв'язки з іншими термінами бази знань, а, отже, і з терміном «репутаційний ризик організації», виявлені у терміна «ентропія». Ступінь невизначеності ситуації, процесів, стану системи має значний вплив на величину репутаційного ризику, і, очевидно, одним із завдань управління репутаційним ризиком є зменшення ступеня невизначеності та неупорядкованості інформації.

Ще одна група термінів, з якими у досліджуваного терміна є суттєві когнітивні зв'язки, визначає стан та якісні характеристики системи (у нашому випадку організації): «керованість», «мобільність», «надійність», «стійкість», «продуктивність», «ефективність», «напруженість», «економічність».

Найбільш показовими є такі ланцюги бази знань:

1. Для терміну «мобільність»:

Репутаційний ризик організації ↔ Ризик ↔ Рішення ↔ Операція ↔ Мобільність → → Репутаційний ризик організації;

Репутаційний ризик організації ↔ Ділова репутація ↔ Моніторинг ↔ Управління ↔ План ↔ Мобільність → Репутаційний ризик організації;

2. Для термінів «результативність», «продуктивність», «ефективність»:

Репутаційний ризик організації ↔ Ризик ↔ Результативність,
де можливі продовження:

↔ Мета ↔ Продуктивність → Репутаційний ризик організації;

↔ Успіх → Ефективність ↔ Прибуток → Репутаційний ризик організації;

3. Для терміну «стійкість»:

Репутаційний ризик організації ↔ Гудвіл ↔ Менеджмент ↔ Стійкість →

→ Репутаційний ризик організації.

Результати розрахунків значення ступеня подібності терміну «стійкість» до термінів «надійність», «напруженість», «продуктивність», «керованість» свідчать про наявність сильних двосторонніх зв'язків. Зв'язки терміна «стійкість» з термінами «напруженість», «продуктивність», «керованість» несиметричні ($\eta_{v_j}^{v_i}$ вказаних термінів до терміну «стійкість» перевищують значення $\eta_{v_j}^{v_i}$ до них у самого терміну «стійкість»), отже, «напруженість», «продуктивність», «керованість» є визначальними для терміну «стійкість». Несиметричність характерна й для зв'язків досліджуваного терміну «репутаційний ризик організації» з термінами, що характеризують стан та якісні характеристики системи.

Таким чином, із зв'язків ПО витікає висновок про те, що стан самої системи є визначальним для репутаційного ризику. Окремі випадки невдач (див. «факт», «подія») можна замовчати, пояснити, компенсувати, але системні проблеми організації – стабільне джерело репутаційного ризику.

Наявність когнітивних зв'язків з терміном «синергія» свідчить про можливість посилення впливу окремих факторів на репутаційний ризик при їх одночасному виникненні. Звідси можемо зробити обґрунтований висновок про системність як характеристику репутаційного ризику організації.

Оскільки стан системи є об'єктом управління, репутаційний ризик організації може бути певною мірою керованим. Це твердження обґрунтовують зв'язки досліджуваного терміну з термінами, які стосуються керуючого впливу на систему: «управління», «оптимізація», «адаптація», «організація», «стабілізація», «регулювання».

Дослідження когнітивних зв'язків терміну «регулювання» дозволило вийти на термін «стратегія», який через термін «вміння» має істотний вплив на репутаційний ризик організації. А вміння – це характеристика кадрової підсистеми. Отже, звідси можемо зробити висновок, що одна з вагомих причин виникнення репутаційного ризику – це людський чинник, рівень компетентності працівників, особливо тих, які приймають рішення та несуть відповідальність за результати діяльності організації.

Зв'язки терміну «вміння» з термінами «метод», «очікування», «корпоративна культура», «потенціал» говорять про підсилений його вплив на репутаційний ризик. Результатом дослідження зв'язків терміну «потенціал» є обґрунтування зв'язку терміну «репутаційний ризик організації» з економічними термінами «ресурси» та «прибуток». Для вказаних термінів за суттєвими значеннями $\eta_{v_j}^{v_i}$ побудовано такі ланцюги:

Репутаційний ризик організації ↔ Гудвіл ↔ Менеджмент ↔ Очікування ↔ Уміння ↔ Потенціал ↔ Ресурси → Репутаційний ризик організації;

Репутаційний ризик організації ↔ Ризик ↔ Результативність ↔ Успіх ↔ Ефективність ↔ Прибуток → Репутаційний ризик організації.

Як і для термінів, що вказують на стан системи, зв'язкам термінів «прибуток» та «ресурси» з терміном «репутаційний ризик організації» притаманна несиметричність: будучи причиною зміни стану системи, результатів її діяльності та ресурсного забезпечення, репутаційний ризик більшою мірою сам є залежним від зазначених категорій.

Таким чином, репутаційний ризик можна зарахувати до економічної категорії, яка лежить у площині здійснення системного управління в діяльності соціально-економічної системи, торкається питань її формування або повернення до стійкого стану.

У результаті проведеного дослідження пропонуємо таке визначення терміну «репутаційний ризик організації»: ризик потенційних фінансових втрат капіталу та доходу організації, зменшення спроможності проводити діяльність унаслідок погіршення ділової репутації, спричиненого негативним сприйняттям клієнтами, контрагентами, акціонерами та іншими зацікавленими особами результатів, практики ведення діяльності, та окремих подій, пов'язаних з організацією.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Новизна та цінність запропонованого когнітивного підходу у вивченні поняття репутаційного ризику організації полягає в системності дослідження поняття, об'єктивному узагальненні точок зору експертів з досліджуваного питання, відновленні відсутніх логічних зв'язків предметної області репутаційного ризику, що в підсумку дає можливість зрозуміти його специфіку та дійсне змістове наповнення.

Дослідження когнітивних зв'язків термінів ПО «Репутаційний ризик організації» дозволило об'єктивним шляхом виявити основні фактори, що визначають репутаційний ризик організації:

- суб'єктивні уявлення зацікавлених осіб щодо стану організації та практики ведення бізнесу;
- адекватність відображення стану організації зацікавленими особами;
- ділова репутація організації;
- мотиви дій зацікавлених осіб щодо організації;
- мобільність організації;
- наявність відомого бренду (відомість компанії);
- специфіка ресурсів організації та забезпеченість ними;
- вміння (рівень компетентності зацікавлених осіб, особливо тих, які приймають рішення та несуть відповідальність за результати діяльності організації);
- характер рішень зацікавлених осіб щодо організації;
- ефективність діяльності та величина прибутку;
- продуктивність бізнесу;
- стійкість компанії;
- вартість компанії;
- наявність відомого бренду (відомість компанії).

Напрямами подальших досліджень є: вивчення впливу окремих факторів на репутаційний ризик організації; визначення індикаторів репутаційного ризику; вивчення впливу репутаційного ризику на фінансовий стан організації; розробка методики оцінювання репутаційного ризику; розробка комплексного підходу до управління репутаційним ризиком та визначення можливих стратегічних напрямків його зниження.

Список літератури

1. Володина, М. Н. Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой коммуникации) [Текст] / М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – 128 с.
2. Ивина, Л. В. Лингво-когнитивные основы анализа отраслевых терминосистем (на примере англоязычной терминологии венчурного финансирования) [Текст] / Л. В. Ивина. – М. : Академический проект, 2003. – 304с.
3. Грунина, Л. П. Когнитивный аспект исследования терминов [Текст] / Л. П. Грунина, А. Г. Широколобова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 1 (5): в 2-х ч. Ч. I. – С. 97-99.
4. Зяблова, О. А. Определение термина в когнитивно-дискурсивной парадигме знания [Текст] / О. А. Зяблова // Проблемы и методы современной лингвистики: сборник науч. трудов. Вып. 1. / Рос. акад. наук ; Ин-т языкознания ; Совет молодых ученых ; Отв. ред. Е. Р. Ионесян. – М. : Институт языкознания РАН, 2005. – С. 43-54.
5. Тихонов, А. Н. Терминологические отношения [Текст] / А. Н. Тихонов, А. Д. Иванников, В. Я. Цветков // Фундаментальные исследования [Электронный ресурс]. – 2009. – № 5. – С. 146-148. – Режим доступа: URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=1866.
6. Тростяньська, К. М. Щодо формування бази знань предметної області «репутаційний ризик організації» [Текст] / К. М. Тростяньська // Економічний простір – 2013. – Випуск 80. – С. 267-278.
7. Семенча, И. Е. База знаний основных социально-экономических и общенаучных терминов в помощь руководителю: Терминологический словарь-справочник [Текст] / И. Е. Семенча. – Дн-вск : Изд-во Маковецкий, 2010. – 88 с.
8. Система интеллектуального анализа данных CONFOR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aduis.com.ua>.
9. Семенча, И. Е. Розробка понятійної бази знань з метою дослідження менеджменту систем [Текст] / И. Е. Семенча, В. Ю. Величко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка» – 2010. – Випуск 4(1). – С. 134-138.
10. Reputation risk // American Banker Glossary [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.americanbanker.com/glossary/r.html>. Title from the screen.

References

1. Volodina, M. N. (2000). *Kognitivno-informatsionnaya priroda termina (na materiale terminologii sredstv massovoy kommunikatsii)* [Cognitive-term nature of the information (on the material terms of the mass media)]. Moscow: Moscow State University Press [in Russian].
2. Ivina, L. V. (2003). *Lingvo-kognitivnyie osnovyi analiza otraslevyih terminosistem (na primere angloyazychnoy terminologii venchurnogo finansirovaniya)* [Linguistic cognitive basis terminological analysis of industry (on an example of English terminology venture financing)]. Moscow: Academic Project [in Russian].

-
3. Grunina, L. P., & Shirokolobova, A. G. (2010). *Kognitivnyiy aspekt issledovaniya terminov [Cognitive aspect of the study terms]*. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory and practice*, 1, 5, 97-99. *Tambov: Diploma [in Russian]*.
 4. Zyablova, O. A. (2005). *Opredelenie termina v kognitivno-diskursivnoy paradigme znaniya [The definition in cognitive-discursive paradigm of knowledge]*. *Problemy i metodyi sovremennoy lingvistiki: sbornik nauchnykh trudov – Problems and methods of modern linguistics: the scientific collection works*, 1, 43-54. *Moscow: Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences [in Russian]*.
 5. Tihonov, A. N., Ivannikov A. D., & Tsvetkov V. Ya. (2009). *Terminologicheskie otnosheniya [Terminological relations]*. *Fundamentalnyie issledovaniya – Basic research*, 5, 146-148. Retrieved from http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=1866 [in Russian].
 6. Trostyanska, K. M. (2013). *Schodo formuvannya bazi znan predmetnoyi oblasti "reputatsiyiny rizik organizatsiyi" [On the formation of a knowledge base of domain knowledge "reputation risk of the organization"]*. *Ekonomichniy Prostir – Economic Scope*, 80, 267–278 [in Ukrainian].
 7. Semencha, I. E. (2010). *Baza znaniy osnovnyih sotsialno-ekonomicheskikh i obschenauchnyih terminov v pomosch rukovoditelyu: Terminologicheskii slovar-spravochnik [Knowledge base of basic socio-economic and scientific terms to help head: Glossary Directory]*. *Dnepropetrovsk: Publisher Makovetskii [in Russian]*.
 8. CONFOR. *Tools for knowledge discovery, classification, diagnostics and prediction*. Retrieved from <http://www.aduis.com.ua/English/default.htm> [in English].
 9. Semencha, I. E. & Velichko V. Yu. (2010) *Rozrobka ponyatiynoyi bazi znan z metoyu doslidzhennyya menedzhmentu sistem [Development of conceptual knowledge base to research management systems]*. *Visnik Dnipropetrovskogo universitetu. Seriya «Ekonomika» – Herald of the Dnepropetrovsk National University. Series "Economy"*, 4(1), 134–138 [in Ukrainian].
 10. Reputation risk – American Banker Glossary: Retrieved from <http://www.americanbanker.com/glossary/r.html> [in English].

Стаття надійшла до редакції 28.03.2014 р.