

ління як спостереження за об'єктом, аналіз та оцінювання його стану, діагностика реалізації стратегії, оцінювання результатів реалізації стратегії і формування інформаційно-аналітичної бази процесу підготовки прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. *Галіцин В. К.* Системи моніторингу: Навчальний посібник / Галіцин В. К., Суслов О. П., Самченко Н. К. — К. : КНЕУ, 2015. — 408 с.
2. *Галіцин В. К.* Концепція моніторингу функціонування ІТ-фірми / Галіцин В. К., Суслов О. П., Самченко Н. К. // *East European Scientific Journal: науковий журнал*, 2016. — № 2(6). — С. 86–94.
3. Моделирование поведений хозяйствующих субъектов в условиях изменяющейся рыночной среды / Под. ред. докт. экон. наук. проф. В. С. Пономаренко, докт. экон. наук. проф. Т. С. Клебановой. — Бердянск, Издатель Ткачук А. В., 2016. — 392 с.

Семенча І. Є.

д. е. н., професор

Тростянська К. М.

*Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара*

МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЙНИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВ-ПОСЕРЕДНИКІВ

Посилення конкуренції, системні інфраструктурні зміни в організації роботи посередницьких підприємств, суттєве загострення соціально-психологічних та суспільних процесів, глобальні економічні тенденції значно підсилюють роль репутаційних факторів у конкурентній боротьбі. Ризик, пов'язаний з репутацією, спричиняє значні збитки як економічного, так і соціального характеру та потребує постійного оцінювання та управління з боку менеджменту підприємства-посередника. Актуальність проблеми управління репутаційним ризиком підприємства-посередника вимагає удосконалення теоретико-методичного та економіко-математичного інструментарію для адекватної підтримки прийняття управлінських рішень щодо мінімізації репутаційного ризику.

Розроблені нами концептуальні засади моделювання оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємств-посередників базуються на методах економічного аналізу, зростаючих пірамідальних мереж, відношень подібності теорії розпізнавання образів, когнітивного та імпульсного моделювання, сценарного аналізу, тощо, та є основою вдосконалення теоретико-методичної бази управління репутаційним ризиком.

Процес моделювання оцінювання та управління репутаційним ризиком підприємств-посередників складався з чотирьох основних етапів: обґрунтування методичних підходів дослідження, структуризація предметної області (ПО) «Репутаційний ризик підприємства-посередника», когнітивне моделювання, вирішення оберненої задачі.

Для визначення суттєвих факторів впливу на рівень репутаційного ризику підприємства-посередника шляхом застосування відношення подібності теорії розпізнавання образів було побудовано ПО «Репутаційний ризик підприємства-посередника». Проведено її структуризацію та стратифікацію, що дозволило із загальної множини специфічних термінів управління репутаційним ризиком віднайти сильні зв'язки та з'ясувати множину ризикоутворюючих факторів. На підставі отриманих ступенів подібності $\eta_{v_i}^{v_j}$ [1, с. 96] при побудові ПО та з врахуванням підходу Стерджесса множини всіх ризикоутворюючих чинників розподілено на п'ять груп впливу та визначено їх межі. Об'єктивно доведено, що найвагоміший 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.

Для побудови когнітивної моделі репутаційного ризику підприємства-посередника множини ризикоутворюючих факторів прийнято за її концепти. Визначено показники оцінки для кожного концепта, формули розрахунку та джерело інформації для нього, а також з'ясовано відповідальних посадових осіб, що прийматимуть участь як в процесі оцінювання, так і в управлінні репутаційним ризиком. Таким чином, сформовано методикку оцінювання рівня репутаційного ризику, яка охоплює всі структури управління на підприємстві, що забезпечують попередження ризикоутворюючих впливів.

Побудована нами когнітивна модель репутаційного ризику підприємства-посередника представлена у вигляді параметричного функціонального графа Φn :

$$\Phi_n = \langle G, X, F, \theta \rangle, \quad (1)$$

де $G = \langle V, W \rangle$ — знаковий орієнтований граф; V — множина ризикууючих факторів репутаційного ризику; W — бінарне відношення на множині V , яке задає набір зв'язків між факторами; $X = \{x_i\}$ — множина показників оцінки концептів моделі; $F = \{f_i\}$ — функція зв'язку між концептами; $i = \overline{1, n}$; $j = \overline{1, n}$ ($n=15$); $\theta = \{\theta_i\}$ — простір значень показників оцінки концептів когнітивної моделі.

Більшість концептів когнітивної моделі мають лінгвістичні значення, тому реалізація моделювання здійснена в програмному продукті «Канва», що забезпечує автоматичне налаштування когнітивної моделі на нечіткі значення концептів. 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 ризикууючих факторів репутаційного ризику встановлено, що вирішення комплексу завдань, що постають при управлінні репутаційним ризиком підприємства-посередника, забезпечується чотирма контурами: управлінський, економічний, соціально-психологічний, ринковий. За допомогою імпульсного моделювання визначені напрямки управлінських впливів. Розраховано значення оціночних функції факторів, на підставі них проведено ранжування факторів та визначено групи впливів за ступенем керуваності репутаційного ризику. Результати дослідження дозволяють налаштовувати систему управління репутаційним ризиком на конкретні напрямки в організації управлінських дій та комплексно визначати характер управлінських впливів. Процес управління репутаційним ризиком відображено в розробленому алгоритмі управління репутаційним ризиком підприємства-посередника, який враховує всі рівні, функції управління та можливі управлінські заходи по забезпеченню їх виконання.

Запропоновано вирішення завдання моделювання можливих сценаріїв управління репутаційним ризиком підприємства-посередника з використанням технології когнітивного моделювання. Визначено, що при розбудові сценаріїв управління репутаційним ризиком керівництву підприємства-посередника слід враховувати поточний стан складових репутаційного ризику, досягнуті підприємством значення некеруваних факторів (гудвіл,

відомість бренду), наявні ресурсні обмеження, а також цільові орієнтири менеджменту (прибуток, фінансова стійкість). Система «Канва» дозволяє оцінити послідовність і правдоподібність складених сценаріїв і в разі необхідності усунути комбінації фіналів, які наймовірні або неможливі, а також оцінити отримані сценарії з погляду досягнення цілей.

Запропонований підхід дозволив впровадити розроблену когнітивну модель репутаційного ризику в практику діяльності конкретних підприємств-посередників, забезпечуючи обґрунтовані результати вибору управлінських дій.

Список використаних джерел

1. Семенча І. Є. Інтелектуальний аналіз менеджменту систем [Текст]: монографія / І. Є. Семенча, К. Ф. Ковальчук. — Дніпропетровськ: Біла К.О., 2011. — 132 с.

Syniavska O.
PhD in Economics
Sumy State University

USING GOOGLE TRENDS FOR NOWCASTING UNEMPLOYMENT RATE IN UKRAINE

Timely economic statistics is crucial for effective decision making, but it is released with a lag by national statistical services even in developed countries, to say nothing of emerging economies, which generally experience bigger delays in term of data availability [1]. Consequently, we need alternative ways of discovering current state of an economy. One of the most promising approaches is to use Google search queries data that is freely available through Google Trends service. This service provides weekly reports on the volume of search queries made by people in a given country. Taking into consideration the fact that people are regularly looking for the information, which is necessary for economic decision-making, we could expect search queries data to be relevant for «predicting» at least some of the economic indicators.

Accordingly, the research question of this study is: Can the current state of Ukrainian economy be predicted based on available historical data and web search queries? To answer this question, we will focus