

ЭКОНОМИКА

УДК 330.14.014

DOI: 10.18324/2224-1833-2020-3-9-14

Влияние деловой репутации на оценку конкурентных преимуществ предприятия в условиях неопределенности и риска

С.Г. Ашотян^a, С.В. Пупенцова^b

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия

^a14371039@kafedrapik.ru, ^bpupentsova_sv@spbstu.ru

Статья поступила 14.09.2020, принята 16.09.2020

В работе показано, что для эффективного управления необходим качественный менеджмент, направленный на разработку мероприятий по созданию нематериальных активов предприятия, что определяет актуальность рассматриваемой проблемы. Авторами приведен анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, и выделен в категории исследуемых факторов нематериальный актив (гудвилл), позволяющий получать дополнительные доходы за счет деловой репутации предприятия. В рамках исследования отмечается, что конкурентоспособность предприятия определяют отличия, которые сопровождают процесс развития организации в сравнении с конкурентом как по степени удовлетворенности продукцией (услугами, работами), так и по эффективности производственного процесса. Авторы предлагают в быстроменяющихся внешних условиях проводить постоянный мониторинг конкурентных преимуществ предприятия с оценкой его деловой репутации. Авторами отмечено, что на величину стоимости деловой репутации влияют неопределенность исходной информации и риски. На основе оценки деловой репутации в условиях неопределенности и риска предлагается сформировать список значимых рисков для их последующей минимизации или устранения. Для оценки конкурентных преимуществ предлагается применять качественный анализ соответствия цели организации текущим задачам, выполняемым в процессе деятельности в реальных условиях внешней среды, с учетом параметров качества их выполнения. В статье разработаны алгоритмы оценки деловой репутации предприятия техникой остатка и упущенной выгоды в условиях неопределенности и риска. Представлен вариант анализа рисков при оценке деловой репутации методом имитационного моделирования (Монте-Карло). Авторами серуппированы необходимые меры по минимизации рисков.

Ключевые слова: организация; факторы воздействия на организацию; конкурентоспособность; деловая репутация; риски; методы управления рисками.

The influence of business reputation on the assessment of the competitive advantages of an enterprise in conditions of uncertainty and risk

S.G. Ashotyan^a, S.V. Pupentsova^b

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 29, Polytechnicheskaya St., St.Petersburg, Russia

^a14371039@kafedrapik.ru, ^bpupentsova_sv@spbstu.ru

Received 14.09.2020, accepted 16.09.2020

The paper shows that effective management requires high-quality management, which is aimed at developing measures to create intangible assets of an enterprise, which determines the relevance of the problem under consideration. The authors analyze the factors affecting the competitiveness of the enterprise, and single out an intangible asset (goodwill) in the category of the studied factors, which allows receiving additional income due to the business reputation of an enterprise. Within the framework of this study, it is considered that the competitiveness of an enterprise is determined by the differences that accompany the process of development of an organization from a competitor, both in the degree of satisfaction with products (services, works), and in the efficiency of the production process. The authors propose, in a rapidly changing external environment, constantly monitor the competitive advantages of an enterprise with an assessment of its business reputation. The authors note that the value of the goodwill is affected by the uncertainty of the initial information and risks. Based on the assessment of business reputation in conditions of uncertainty and risk, it is proposed to form a list of significant risks for their subsequent minimization or elimination. To assess the competitive advantages, it is suggested to apply a qualitative analysis of the compliance of the organization's goal with the current tasks performed in the process of activity in real environmental conditions, taking into account the quality parameters of their implementation. The article develops algorithms for assessing

the business reputation of an enterprise using the technique of the remainder and lost profits in conditions of uncertainty and risk. A variant of risk analysis in assessing business reputation by the method of simulation modeling (Monte Carlo) is presented. The measures taken to minimize risks have been grouped.

Keywords: organization; factors affecting the organization; competitiveness; business reputation; risks; risk management methods.

Развитие экономики Российской Федерации на протяжении почти тридцати лет связано с различными обстоятельствами, которые вызвали в стране политическую и экономическую нестабильность, что, в свою очередь, приводило к инфляционным процессам, которые наиболее отрицательно сказываются на деятельности государственных и частных предприятий.

Современное состояние рыночной российской экономики обусловлено деятельностью организаций различной формы собственности. В организации применяются методы и функции управления через реализацию новых экономических возможностей для достижения целей, в том числе удовлетворения потребностей общества. Организация характеризуется наличием цели, правовым статусом, обособленностью, саморегулированием и организационной культурой.

Для эффективного управления необходим качественный менеджмент, который направлен на выявление факторов, ухудшающих финансовое состояние организации, и разработку мероприятий по предупреждению ее несостоятельности, что определяет актуальность рассматриваемой проблемы.

Целью исследования является развитие методологии по оценке деловой репутации предприятия, создающей дополнительные конкурентные преимущества.

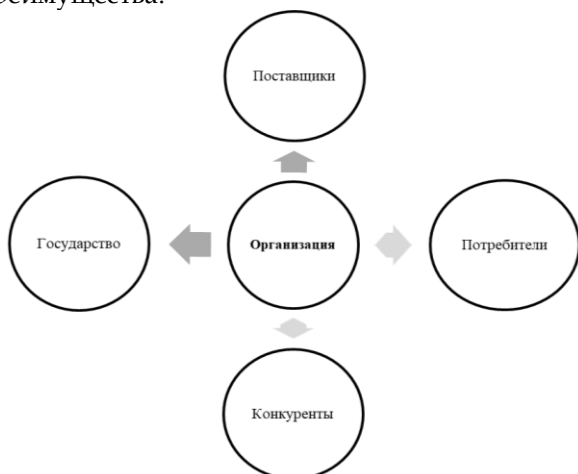


Рис. 1. Факторы среды прямого воздействия на организацию [1]

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проведен анализ факторов, влияющих на конкурентные преимущества предприятия;
- предложен алгоритм оценки негативных

факторов среди неблагоприятных событий, негативно влияющих на конкурентные преимущества предприятия;

- адаптированы техники оценки нематериальных активов для определения стоимости деловой репутации предприятия в условиях неопределенности и риска.

Деятельность организаций подвергается влиянию сразу нескольких групп факторов: факторы внутренней среды (особенности самого предприятия) и факторы внешней среды как прямого (рис. 1), так и косвенного воздействия (рис. 2).



Рис. 2. Косвенные факторы воздействия на предприятие [4]

Внутренней средой предприятия называется совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности. Внутренняя среда организации зависит от внешних условий [2].

Изменение факторов внешней среды оказывает существенное влияние на состояние и результаты деятельности организации.

Внешняя среда организации играет особую роль в деятельности [3]. Она является:

- источником ресурсов (финансовых, трудовых и т. п.);
- потребителем товаров (услуг, работ);
- местом признания и оценки товаров;
- фактором, определяющим сценарий деятельности предприятия через установление целей и формирование стратегий [3].

Итак, факторы внешней среды могут создавать риски для деятельности или формировать условия для развития организации. В связи с этим организации приходится определять стратегию раз-

вития для максимального использования возможностей и устранения рисков. Одной из характеристик является ее рискованность, которая влечет за собой неопределенность.

Деятельность организации зависит от колебаний рынка. Соответственно, факторы внешней среды могут негативно повлиять на организацию, приведя ее к банкротству.

Еще одной проблемой являются высокие финансовые затраты (отсутствие кредитов, дорогое оборудование, высокие налоги и т. п.), которые отрицательно сказываются на финансовом состоянии организации.

Также следует обратить внимание на то, что за последние годы заметно снизилась платежеспособность россиян, причем наблюдается тенденция к увеличению показателей по данному фактору. Низкая платежеспособность может существенно отразиться на деятельности некоторых малых и средних предприятий, поскольку основным потребителем их продукции и услуг является население.

Помимо этого на деятельности предприятий малого бизнеса могут отразиться определенные факторы (например, несовершенство нормативной базы, нехватка спецоборудования и др.) [5].

Организации малой и средней формы, по сравнению с крупными предприятиями, имеют высокие удельные издержки. Помимо этого определенные сложности вызывает получение заемных средств. Затрачиваются большие денежные средства на проведение маркетинговых исследований, а также переподготовку и обучение персонала.

На сегодняшний день существует большое количество определений конкурентоспособности организации. В рамках данного исследования отмечается, что этой характеристикой определяют отличия, которые сопровождают процесс развития организации от конкурента как по степени удовлетворенности продукцией (услугами, работами), так и по эффективности производственного процесса [6].

Факторы конкурентоспособности условно можно объединить в несколько групп (рис. 3).



Рис. 3. Факторы конкурентоспособности организации [7]

Итак, конкурентоспособность обеспечивается наличием конкурентных преимуществ, под которыми понимается выгода в долгосрочной перспективе от применения какой-либо уникальной стратегии. В результате создается ценность, аналогов которой нет у существующих и потенциальных конкурентов, т. е. выгоды от использования такой ценности не могут быть получены конкурентами.

Для оценки конкурентных преимуществ применяется качественный анализ соответствия цели организации текущим задачам, выполняемым в процессе деятельности в реальных условиях внешней среды с учетом параметров качества их выполнения.

Каждому конкурентному преимуществу даны определенные ресурсы. Это обстоятельство определяет место организации на рынке, исходя из количества конкурентных преимуществ, их значимости, доступности конкурентам, длительности его жизненного цикла. Соответственно, чем больше таких преимуществ, сложных для копирования, тем стабильнее и эффективнее деятельность [8].

Анализ факторов конкурентоспособности показал, что каждый из них по-своему оказывает влияние на конкурентную борьбу, которая осуществляется организацией. При этом акцент делается на факторах внешней среды. Это связано с тем, что внешнее воздействие определяет потребительское отношение к продукции и предприятию, что является показателем ее конкурентоспособности.

Вторая группа относится к факторам, оказывающим влияние на внутреннюю среду, что дает возможность с их применением управлять конкурентоспособностью организации. Выявленная зависимость конкурентоспособности и внутренних и внешних факторов позволила провести их систематизацию по признаку «Влияние на уровень конкурентоспособности» [9].

Действующая организация самостоятельно определяет факторы и степень их воздействия на результаты деятельности как в настоящее время, так и в будущем периоде [10].

Все факторы неразрывно связаны между собой, что следует учитывать и проводить их анализ в комплексе. Кроме того, отдельные факторы среды оказывают в различной степени влияние на организацию, что определяется ее размером, сферой деятельности, территориальным расположением и другими аспектами. Исходя из этого, организация самостоятельно определяет факторы, которые могут оказать наибольшее влияние на ее деятельность. Кроме того, необходимо знать о внешних факторах, изменение которых может создать до-

полнительные возможности или таить в себе угрозы для предприятия [11].

В условиях неопределенности анализ факторов подвержен различным рискам, под которыми понимаются возможные неблагоприятные события, в результате которых организация теряет конкурентные преимущества или ухудшает показатели ликвидности вследствие наступления этих событий. При оценке конкурентоспособности организация регулярно (т. е. не реже одного раза в год) должна проводить оценку присущих ее деятельности рисков на предмет их значимости [12]. На основе этой оценки производится формирование списка значимых рисков для их последующей минимизации или устранения. Рис. 4 демонстрирует структуру риска и принимаемые меры для его минимизации.

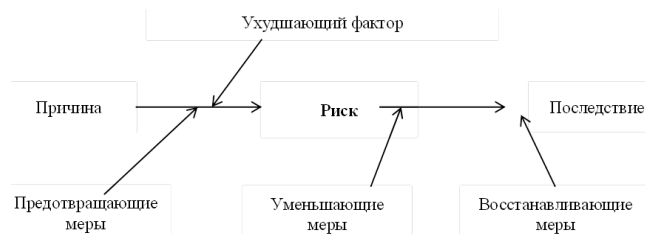


Рис. 4. Алгоритм оценки негативных факторов, влияющих на конкурентные преимущества предприятия [13]

Понятие деловой репутации имеет различные трактовки, проанализировав которые, можно сказать, что это нематериальное благо, которое представляет собой оценку деятельности лица (как физического, так и юридического) с точки зрения его деловых качеств [14]. Деловая репутация может учитываться в составе нематериальных активов наряду с авторскими правами, ноу-хау и торговыми марками, может быть как положительной, так и отрицательной [15]. Деловая репутация формируется из таких элементов, как доверие к организации, репутация руководства, качество сервиса, отношение персонала к клиенту, рекламная политика и др.

Считается, что организациям сложно оценить эффективность управления репутационным риском, поскольку она может быть проверена только негативными событиями. Организации стремятся сформировать и поддерживать деловую репутацию. Это связано с высокой конкуренцией на рынке, поскольку организации предлагают похожие услуги. Именно поэтому клиенты при выборе поставщиков товаров (работ, услуг) обращают внимание не только на качество обслуживания, но и на оригинальность условий предлагаемых товаров (работ, услуг).

Ниже приведем процедуру определения рыночной стоимости деловой репутации техникой остатка с построением сценариев (для оценки

рисков), включающую следующие последовательные шаги [16]:

- определение диапазона прогнозной величины выручки от маркетинговой деятельности;
- определение диапазона прогнозной величины расходов от маркетинговой деятельности;
- определение прогнозной величины прибыли после налогообложения путем вычитания из выручки всех определенных выше расходов и применения действующей ставки по налогу на прибыль;
- определение диапазона прогнозных величин капитальных вложений и потребности в собственном оборотном капитале;
- определение диапазона прогнозных величин доходов, получаемых за счет использования материальных основных средств;
- определение прогнозного периода;
- определение нормы отдачи на капитал (ставки дисконтирования), необходимой для приведения всех будущих денежных потоков к дате оценки;
- построение различных сценариев денежных потоков;
- определение рыночной стоимости всех нематериальных активов, используемых в маркетинговой деятельности, путем процедуры дисконтирования для анализируемых сценариев;
- определение рыночных стоимостей собранного вместе и обученного персонала и стартовых вложений в организацию бизнеса, задействованных в маркетинговой деятельности;
- определение величины рыночной стоимости деловой репутации путем вычитания из стоимости всех нематериальных активов, задействованных в маркетинговой деятельности, стоимости активов, определенных на предыдущем шаге алгоритма для анализируемых сценариев [17];
- построение гистограммы величины стоимости деловой репутации.

Оценка деловой репутации предприятия может быть выполнена через расчет упущенной экономической выгоды в течение периода времени, необходимого для воссоздания всех элементов действующего предприятия, связанных с быстрым стартом развития предприятия или гудвиллом [18], для выхода на проектную мощность и налаживания связей с клиентами. При этом выход на проектную мощность может происходить по линейному или иному закону. При проведении оценки делается предположение, что создание деловой репутации начинается от даты оценки и длится в течение среднерыночного срока создания подобных объектов, т. е. срока выхода предприятия на проектную мощность [19]. Приведенная к текущей дате стоимость всех недополученных выгод за период выхода на максимальную мощность и является стоимостью деловой репутации предприятия.



Рис. 5. Результаты стоимости деловой репутации при применении метода Монте-Карло

Следовательно, в условиях неопределенности и рисков необходимо произвести следующий алгоритм расчетов:

1. Рассмотрение ретроспективных данных о выручке и расходах компании, обладающей нематериальными активами (деловой репутацией), и анализ разумности полученных результатов с целью определения срока выхода на максимальную загруженность.

2. Прогнозирование диапазона выручки и расходов, проанализированных ранее, начиная от даты оценки при сохранении исторических объемов работы рассматриваемого предприятия с целью определения величины прибыли после налогообложения.

3. Расчет величины недополученной прибыли за период выхода на максимальную мощность для анализируемых сценариев.

4. Определение величины нормы отдачи на капитал (ставки дисконтирования).

5. Приведение определенной недополученной прибыли к текущей дате с использованием ставки дисконтирования с целью определения стоимости всех нематериальных активов, которыми располагает предприятие.

6. Определение стоимости деловой репутации путем вычитания из стоимости всех нематериальных активов, которыми располагает предприятие, стоимости персонала и стартовых расходов на создание бизнеса.

7. Построение гистограммы величины стоимости деловой репутации

При оценке деловой репутации используются методы прогнозирования и техника дисконтиро-

вания. В качестве оценки рисков рекомендуется использовать методы анализа сценариев, Монте-Карло и построения дерева решений.

Алгоритм применения метода Монте-Карло приведен в [20].

В результате моделирования сценариев строится гистограмма, позволяющая оценить репутационный риск (или разброс стоимости деловой репутации) (рис. 5).

Риск потери деловой репутации является специфическим нефинансовым риском и может быть следствием высокого уровня других видов рисков. Поэтому в целях минимизации и управления репутационным риском организации стремятся к снижению других видов [21].

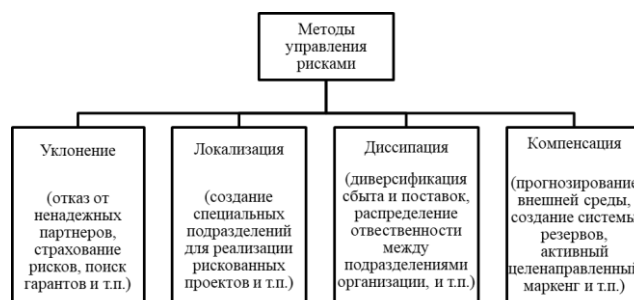


Рис. 6. Методы управления рисками организации

Следует отметить принципиальный момент: управление риском потери деловой репутации является возможным только для организаций, имеющих положительную деловую репутацию.

Исходя из анализа факторов внутренней и внешней среды, возможных рисков, организация определяет методы управления рисками (рис. 6) и корректирует стратегию дальнейшего развития.

Таким образом, в работе приведен анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, определено особое место для деловой репутации предприятия в категории исследуемых факторов. В статье разработаны алгоритмы оценки деловой репутации предприятия техникой остатка и упущенной выгоды. Представлен вариант анализа рисков при оценке деловой репутации методом имитационного моделирования (Монте-Карло). Авторами сгруппированы принимаемые меры по минимизации рисков.

Литература

1. Koutsoukis N.S. Risk Management Standards: Towards a Contemporary, Organization-Wide Management Approach // International Journal of Business Policy and Economics. 2010. V. 3. № 1. p. 47–64.
 2. Robert R. Moeller COSO Enterprise Risk Management: Establishing Effective Governance, Risk, and Compliance Processes / Robert R. Moeller- Canada: John Wiley & Sons Limited, p. 389.
 3. Greg Hutchins ISO 31000: 2018 Enterprise Risk Manage-

ment, CERM Academy Series on Enterprise Risk Management, 2018. p. 301.
 4. Balashova E.S., Gromova E.A. Russian experience of integrating modern management models // Espacios. 2017. V. 38. № 53. P. 31.
 5. Gromova E. Introduction of flexible manufacturing systems as a necessary measure for the Russian industrial development // Materials Science Forum. 2019. V. 957 MSF. P. 195–202.
 6. Kotov S.A., Gushchina L.B., Livintsova M.G. Research of processes of products fabrication by self-propagating

- high-temperature synthesis (SHS) method // *Solid State Phenomena*. 2017. V. 265 SSP. P. 558–562.
7. Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю. Математическое обоснование процедур риск-менеджмента в инновационном предпринимательстве // *Проблемы современной экономики*. 2012. № 2 (42). С. 159–162.
 8. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности. 3-е изд. М.: Дашков и К, 2015. 520 с.
 9. Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю. Концепции современного риск-менеджмента // *Науч.-технические ведомости С.-Петерб. гос. политехнического ун-та. Экономические науки*. 2009. № 5 (85). С. 81–87.
 10. Маевская Е.Б. Экономика организации. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 344 с.
 11. Кнышова Е.Н., Панфилова Е.Е. Экономика организации. М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. 336 с.
 12. Pupentsova S., Livintsova M. Qualimetric assessment of investment attractiveness of the real estate property // *Real Estate Management and Valuation*. 2018. V. 26. № 2. P. 5–11.
 13. Alekseeva N., Antoshkova N., Pupentsova S. Application of the Monte-Carlo simulation method in building and energy management systems // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2019. V. 983. P. 257–266.
 14. Иванова Н.Л., Пупенцова С.В. Количественный анализ рисков с помощью метода оценки последствия отказов // *Организатор производства*. 2017. Т. 25. № 4. С. 92–101.
 15. Гришунин С.В., Муханова Н.В., Сулоева С.Б. Разработка концепции риск-контроллинга для промышленного предприятия // *Организатор производства*. 2018. Т. 26. № 1. С. 45–56.
 16. Алексеева Н.С. Уточнение структуры интеллектуального капитала на основе анализа дефиниций «отношенческий капитал» и «потребительский капитал» // *Науч.-технические ведомости С.-Петерб. гос. политехнического ун-та. Экономические науки*. 2019. Т. 12. № 4. С. 106–114.
 17. Алексеева Н.С. Анализ понятия и сущности интеллектуального капитала в экономике // *Науч.-технические ведомости С.-Петерб. гос. политехнического ун-та. Экономические науки*. 2019. Т. 12. № 3. С. 74–87.
 18. Пупенцова С.В., Алексеева Н.С. Информационные технологии и ресурсы как инструмент увеличения капитализации бизнеса // *Инновации*. 2019. № 9 (251). С. 115–120.
 19. Устинова Л.Н., Алексеева Н.С. Структурирование дефиниций терминологического аппарата исследований в области интеллектуального капитала // *Науч.-технические ведомости С.-Петерб. гос. политехнического ун-та. Экономические науки*. 2020. Т. 13. № 3. С. 41–56.
 20. Алексеева Н.С. Метод имитационного моделирования Монте-Карло при инвестировании в проекты "зеленого" строительства // *Изв. Юго-Западного гос. ун-та. Сер. Экономика. Социология. Менеджмент*. 2020. Т. 10. № 1. С. 241–252.
 21. Пупенцова С.В., Некрасова Т.П., Павленко И.А. Управление программой лояльности в торговых розничных сетях // *Креативная экономика*. 2019. Т. 13. № 1. С. 195–210.