

РЕПУТАЦІЙНІ РИЗИКИ КОМПАНІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Роїк Н.П., викладач

Іллінецький аграрний фаховий коледж

Ткаченко О.Г., викладач

Іллінецький аграрний фаховий коледж

Репутаційні ризики є невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища, і їх ефективне виявлення та нейтралізація є ключовим фактором для довгострокового успіху підприємства. Розуміння репутаційних ризиків та розробка ефективних стратегій їх нейтралізації допомагає суб'єктам господарювання мінімізувати загрози та захистити свою репутацію у складному та непередбачуваному бізнес-середовищі.

Репутація для сучасного бізнесу є основним показником успішності. Сучасна стратегія розвитку передбачає збільшення ефективності управління репутацією та мінімізацію репутаційних загроз.

В сучасних умовах як правило розрізняють наступні види ризиків:

Операційні ризики. Пов'язані з прорахунками в управлінні або системними процесами, які можуть призвести до негативних наслідків репутації компанії. (низький рівень логістики, технічні проблеми, низька якість продукції)

Фінансові ризики Нездатність підприємства виконувати фінансові зобов'язання (неефективне управління фінансами, махінації, обман інвесторів).

Стратегічні ризики. Пов'язані з неправильними стратегічними рішеннями чи недостатнім аналізом ринку. (Порушення інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку,

невдалі партнерства, глобальні прорахунки).

Ризики персоналу. (Невдоволення співробітників, конфлікти на робочому місці, скандали щодо членів керівництва, негативні новини про кадрові переміщення, звільнення співробітників, низька якість охорони праці, скандальні резонансні новини).

Соціальні та екологічні ризики. Відношення компанії до соціальних та екологічних питань може вплинути на її репутацію. (Порушення прав людини, забруднення навколишнього середовища)

Кризові ризики. Це ризики, пов'язані із кризовими ситуаціями. Невдале управління кризою чи неправильна комунікація під час кризи може серйозно послабити компанію. (Природні лиха, технологічні аварії, юридичні проблеми чи кібератаки).

Причин репутаційних ризиків може бути багато, до основних причин можна віднести:

Технічні проблеми - збій та проблеми в організації технічної бази компанії, у тому числі робота з персональними даними;

Людські чинники - непрофесіоналізм співробітників, необґрунтовані та нелогічні рішення керівництва, а також погані відгуки покупців;

Економічні причини - проблеми, пов'язані з економічною ситуацією в країні, про те, як компанія спілкується

з податковими службами, а також інвестиційні моменти;

Форс-мажори - екологічні, техногенні, або, наприклад, масштабна пандемія, з якою останнім часом зіткнувся весь світ;

Спеціально організовані інформаційні атаки – ті випадки, коли конкуренти навмисно шкодять іміджу компанії.

Яким чином запобігає репутаційному ризику? На даний час є чіткий алгоритм дій. Якщо слідувати цьому плану, це допоможе значно знизити можливість репутаційних втрат у компанії. Алгоритм дій наступний:

1. Відстеження та обробка інформації. Необхідно визначити, яка інформація про компанію чи публічну персону є в мережі Internet, позитивна чи негативна?

2. Відстеження ризиків. На основі зібраних даних, аналіз факторів які зумовлюють репутаційні втрати.

3. Формування інструкцій. Повинні бути прийняті чіткі регламенти щодо того, як діяти в тих чи інших випадках, з тією чи іншою проблемою. На які ситуації варто реагувати і як саме.

Управляти ризиками непросто, але це життєво необхідне зростання компанії. Це завдання вимагає систематичного підходу і включає наступні кроки:

Оцінка ризиків. Необхідно проаналізувати потенційні репутаційні загрози, визначити ймовірність їх виникнення та потенційні наслідки.

Розробка стратегії. Компанії повинні розробити стратегії управління репутаційними ризиками, включаючи заходи щодо запобігання

та пом'якшення загроз, а також плани кризового управління.

Створення етичного кодексу. Це корпоративні норми у формі документа, в якому прописано правила компанії. Які дії заохочуються, а які несуть у себе санкції.

Моніторинг та регулярний контроль. Безперервний моніторинг зовнішніх та внутрішніх факторів, які можуть вплинути на репутацію компанії, дозволяє оперативно реагувати на загрози та мінімізувати потенційні збитки.

Захист даних. Компанія повинна забезпечити сувору безпекову політику і захищати дані як співробітників і партнерів, так і безпосередніх клієнтів.

Налагодження комунікації. Необхідно підтримувати відкриту та прозору комунікацію із зацікавленими сторонами, особливо у періоди кризи. Це допомагає зберегти довіру та підтримку клієнтів, інвесторів та громадськості. Особливо важливо контролювати репутаційні ризики у мережі.

Навчання персоналу. Працівники компанії повинні бути поінформовані про репутаційні ризики та процедури управління ними, щоб бути готовими ефективно реагувати на потенційні загрози.

Отже, управління репутаційними ризиками компаній можливе за умови розуміння природи, причин та використання ефективного механізму управління репутаційними ризиками, що дасть можливість компанії зміцнити та підвищити рівень довіри з боку клієнтів-покупців та партнерів, а також забезпечить стійкі конкурентні переваги і стане основою фінансової стабільності та прибутковості.

Список використаних джерел:

1. Дуброва О.С. Ділова репутація підприємства: практичні аспекти управління. *Економіка та держава*. 2009. № 12. С. 38–41.
2. Іщенко І.С. Ризики інвестиційних проектів. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 5(90). С. 91-97
3. Brady A., Honey G. Corporate Reputation. Perspectives of Measuring and Managing a Principal Risk. *The Chartered Institute of Management Accountants*. London, 2007. pp. 19-23.

АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Папінко А. І., аспірант,
Західноукраїнський національний університет

Аналізуючи методи та технології управлінського обліку, важливо звернути увагу на інтеграцію передових інформаційних технологій, які впливають на управління бізнес-процесами. Це змінює основи організації та функціонування бізнесу, зокрема у напрямку його фінансової безпеки, оскільки існує багато методів оцінки, які не завжди відповідають класичній обліковій методології. Окрім того, поряд з традиційними оцінками, які базуються на облікових даних, системи управління все більше спираються на новітні підходи, використовуючи нові методики оцінки ефективності бізнесу.

Проте жодна оцінка не може бути проведена без належної інформації, тому основною метою обліку є створення необхідної інформації та її аналіз для створення варіантів ухвалення управлінських рішень. «Нині правила камеральної, подвійної статистичної або подвійної динамічної бухгалтерії зливаються в одне поняття бухгалтерський облік. Натомість в постіндустріальній економіці на ринок виходять підприємства зі

специфічними бізнеспроцесами (електронна комерція, інтелектуальні бізнес розробки), яким система створення інформації за традиційними принципами не дає відповідної підтримки. Для таких підприємств бухгалтер повинен стати експертом з надання релевантної інформації, а методи обліку – інструментом при побудові інформаційних адаптивних систем, які враховують зовнішнє середовище і внутрішній стан економічної системи» [1, С. 79]. Створення економічних показників та їх вибір виступають своєрідним фільтром або сигналом для дій, особливо коли планові значення цих показників відхиляються від фактичних. Одним із основних завдань аналізу бізнес-процесів ІТ-підприємств є розробка системи показників за кожним бізнес-процесом, яка відповідає реальній економічній ситуації та відображає ключові аспекти діяльності підприємства.

Облікова система, орієнтована на відстеження інформаційного поля за усіма бізнес-процесами, дозволяє визначити основні види діяльності та їх