

звітності. Уніфікація Плану рахунків є неминучим наслідком поширення МСФЗ і обумовлюється необхідністю приведення до єдиного вигляду результатів роботи різних підприємств.

- Управлінський облік на виробничих підприємствах повинен бути орієнтований на побудову на базі рахунків витрат з Плану рахунків інтегрованої системи аналітичних рахунків, що враховують види продукції, виробничі підрозділи і витратні елементи.

Перспективним напрямком подальших досліджень є автоматизація цієї класифікації і її адаптація до номенклатурним і масштабним особливостям виробленої продукції.

ОСНОВИ РЕПУТАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Костоглодова М.В.

Науковий керівник – Чех Н.О., канд. екон. наук, старший викладач

Сучасні реалії функціонування та розвитку вітчизняних підприємств характеризуються жорсткими умовами конкурентної боротьби і вимагають нових підходів до організації та ведення бізнесу. Динамічні зміни світової економічної системи та безпосередній їх вплив на діяльність підприємств значно підвищують невизначеність їх функціонування, що призводить до появи нових ризиків, які мають різні джерела формування та форми прояву. Серед нефінансових ризиків особливе місце займають репутаційні ризики, які недостатньо досліджені в теоретичному аспекті та майже не враховуються підприємствами в практичній діяльності. Ігнорування та недооцінка цих ризиків може призвести до негативних наслідків для підприємства та порушення стану його економічної безпеки в цілому та репутаційної безпеки, зокрема.

Прийнято вважати, що забезпечення безпеки організації направлено на захист двох основних інтересів суспільства. Перший – збереження і примноження його майна, другий – забезпечення і захист ділової репутації. Якщо з першим інтересом все ясно, то другий часто викликає питання. Перш за все – на увазі складності визначення правової природи самого явища і вибору способів захисту.

Під діловою репутацією прийнято розуміти якісну оцінку учасниками цивільного обороту діяльності організації, а також дій її реальних власників, афілійованих осіб, дочірніх і залежних організацій. Вона може бути оцінена, а збиток, їй нанесений, вимірний в грошовому еквіваленті. Тому можна вважати, що практично всі дії, спрямовані на забезпечення безпеки організації, захищають її майнові інтереси. У тому числі і такі, на перший погляд далекі від майнової оцінки,

як контроль над підбором персоналу або організація в ЗМІ публікацій з позитивними оцінками діяльності організації або її керівників.

Ділова репутація є не просто узагальнюючою і підсумковою характеристикою підприємства, оскільки залежно від спрямованості ділова репутація несе певне смислове навантаження, приваблює для кожної конкретної аудиторії. Тобто для споживача це якість, надійність, безпечність, для державних установ – справедлива сплата податків та активна соціальна позиція, для інвесторів – стабільна й плідна праця, що створює додану вартість капіталу. Для різних сегментів цільової аудиторії важливі різні якості підприємства, пов'язані специфічним сприйняттям окремих груп аудиторії. З метою свідомого впливу на основні цільові аудиторії ділової репутації підприємства, формування і стійкого розвитку ділової репутації підприємства потрібні розробки, що забезпечують дію відповідних механізмів.

Репутаційні загрози – це такі фактори або дії, що зумовлюють формування негативної думки (враження) про це підприємство у зовнішніх контрагентів. Вони виникають за межами підприємства, але зумовлені його діями, станом та отриманими результатами. Такі загрози здатні призвести до економічних втрат, зменшення ринкової вартості підприємства та, навіть, втрати бізнесу. Зниження репутації може бути викликане зменшенням прибутковості господарюючого суб'єкта, неефективною його внутрішньою та/або зовнішньою політикою або цілеспрямованими діями зацікавлених осіб. Репутаційними загрозами можна вважати інформацію про порушення справи про банкрутство підприємства, інформацію про заборгованість підприємства перед бюджетом, працівниками тощо.

Репутаційна безпека полягає у забезпеченні бездоганної репутації підприємства та характеризується відсутністю негативних інформаційних повідомлень про діяльність підприємства, надійність його як партнера, що забезпечує підвищення його ринкової вартості.

Зашкодження репутації підприємства може призвести до втрати клієнтів і зниження потенційного прибутку, а в гіршому випадку – призвести до банкрутства. Створення позитивної репутації може тривати близько двадцяти років, але втратити її можна швидше, ніж за п'ять хвилин. Ділова репутація підприємства належить до одних із специфічних активів підприємства, яка має суттєвий вплив на ефективність його діяльності та фінансово-економічну безпеку, тому важливо приділити увагу репутаційній безпеці підприємства.