

Список використаних джерел та літератури:

1. Мошенничество в украинских компаниях. Отчет по результатам исследования 130 компаний в Украине - [Електронний варіант]. – Режим доступу до сайту: www.kreston-gcg.com
2. Report to the nations 2018 global study on occupational fraud and abuse - [Електронний варіант]. – Режим доступу до сайту: <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/acfepublic/2018-report-to-the-nations.pdf>

Ю. Д. Гонтаренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах робота будь-якого підприємства пов'язана з ризиками, тому управління ними, тобто ризик-менеджмент, набуває все більшої актуальності.

Ризик-менеджмент – це система управління ризиками в організації, яка охоплює планування, управління, системи ідентифікації, моніторингу та контролю, які націлені на досягнення поставлених цілей. Згідно цієї системи, ризик уявляють як подію, яка вірогідно може статись, і в результаті якої відбудуться позитивні, нейтральні чи негативні наслідки. Якщо ризик включає в себе як позитивні, так і негативні наслідки, то він називається спекулятивним. Якщо наслідки негативні, або взагалі відсутні – чистим. Метою ризик-менеджменту є підвищення конкурентоспроможності суб'єктів за допомогою захисту їх від ризиків.[1]

Хоча функція управління ризиками для підприємств (ERM) компілює інформацію про процеси, що відбуваються в них, проте кожний з цих процесів повинен виявляти ризики та вивчати інструменти управління ними. Фінансові департаменти можуть взяти на себе ініціативу, але команди з інжинірингу, юридичних питань, розробки продуктів і управління активами також мають вносити свій внесок.

Особа, яка займається стратегією ERM організації, часто отримує позицію головного директора з ризику (CRO). CRO, як правило, входить до складу виконавчої команди корпорації, де відповідає за всі елементи ризику – чисті і спекулятивні ризики. В інших випадках команда виконавчої влади вирішує питання ризик-менеджменту з конкретними координаторами. Багато великих корпорацій прийняли систему під назвою Six Sigma, яка є бізнес-стратегією, прийнятою багатьма корпораціями для поліпшення процесів і ефективності. В рамках цієї моделі вони впроваджують ризик-менеджмент на підприємствах.

Варто знати, що ERM включає в себе всі аспекти ризиків всередині корпорації, включаючи ризики на трудових переговорах, ризики інновацій та ігноруючи ризики ринку, керуючись власними ризиками, які залежать від інтересу та жадібності, тощо. Візьмемо наприклад трьох автовиробників США – GM, Chrysler і Ford. До їхніх цілісних ризиків належать не тільки страхування будівель корпорації, заводів і автомобілів, або компенсація працівникам. Вони повинні дивитися на повну картину того, як забезпечити виживання в конкурентному і технологічно інноваційному світі.

Нижче наводиться короткий огляд факторів ризику, які сприяли майже банкрутному стану американських автовиробників:

1. Відсутність передбачення в інноваціях паливно-економічних автомобілів з витривалістю і стійкістю вартості.
2. Надто багато уваги на попит на даний момент, а не на розсудливі прогнози потенційних катастроф, що впливають на ціни на паливо, як урагани Катріна, Вілма і Аїк.
3. Вони не пояснюють зростання світового попиту на використання палива.
4. Нездатність конкурувати з точки зору контролю якості та виробничих витрат через високі вимоги профспілок до оплати праці. Відсутність індивідуальних ініціатив та розумного мислення. Все обговорювалося між людьми, а не здійснювалося за допомогою розумних бізнес-рішень і процесів.

5. Вседозволеність вищого керівництва: розкіш і перевитрати коштів, наприклад, особисті літаки, в яких вони відправилися до Вашингтона, щоб домовитися про допомогу.

6. Кредитна криза 2008 року посилила занепад; це пригнічило вже непрацюючу промисловість, яка не відповідала потребам споживачів.

Щоб бути розсудливою, фірма повинна додати довгострокову перспективу своїм цілям, щоб включити сталу максимізацію вартості. Що стосується корпорацій, що публічно торгують акціями, максимізація вартості компанії перетворюється на максимізацію вартості саме акцій компанії.

Традиційно прагнення фірми максимізувати цінність стосувалося прагнення максимізувати багатство акціонерів. Іншими словами, у літературі йшлося про максимізацію вартості акцій фірми (її ринкової вартості, або ціни акцій, що перевищують кількість акцій, що торгуються, для фірми, що торгуються публічно). Цей підхід замінює традиційну концепцію максимізації прибутку, або очікувану максимізацію прибутку, що дозволяє нам вводити елементи ризику та статистичні моделі в процес прийняття рішень. Для цього ми повинні розшифрувати конкретну модель, за якою ми хочемо розрахувати вартість фірми, і перерахувати багато факторів (включаючи змінні ризику з карти ризику підприємства), які можуть вплинути на цінність фірми. Фактична ринкова вартість має відображати всі ці елементи і включати всю інформацію, доступну для ринку. Це гіпотеза ефективних ринків.

Останнім часом у багатьох розвинених країнах спостерігається тенденція до зміни правил корпоративного управління. Традиційно багато людей вважали, що фірма повинна обслуговувати лише своїх акціонерів. Проте, більшість людей вважають, що фірми повинні задовольняти потреби всіх зацікавлених сторін, у тому числі працівників та їхніх сімей, громадськості, клієнтів, кредиторів, уряду та інших. Компанія є «хорошим громадянином», якщо вона сприяє поліпшенню своїх громад та навколишнього середовища. У деяких країнах корпоративні закони змінилися, щоб включити ці цілі. Це нове визначення корпоративних цілей та цінностей перетворюється на модифіковану формулу – модель оцінки, яка показує, що фірма відповідає на потреби зацікавлених сторін, а також на прибутки акціонерів. Ці розглянуті цінності – це приховані цінності «доброї волі», які необхідні для управління ризиками компанії. Ми припускаємо, що ринкова вартість фірми відображає сукупний вплив всіх параметрів і міркувань усіх інших зацікавлених сторін (співробітників, клієнтів, кредиторів тощо), але власний капітал фірми тягне за собою вартість, створену компанією з хорошою репутацією і хорошими продуктами. Ви також можете почути термін «вартість франшизи» компанії, що є альтернативним терміном для однієї й тієї ж речі. Він відображає позитивний імідж корпоративної відповідальності.

Менеджери ризиків можуть не завжди чітко визначати свої цілі, через невизначеність цілей самої фірми, особливо для неприбуткових організацій. Складні індивідуальні міркування керівників, управлінські коаліції, процедури компаній, минулі рішення, надії та очікування входять у поєднання параметрів, що визначають цілі фірми. Ці типи міркувань можуть спонукати менеджерів ризику до консервативних дій.

Наприклад, менеджери з управління ризиками можуть виділяти занадто багато коштів для страхування ризиків, яких компанія могла б уникнути, і навпаки не застраховуються від ризиків, які завдали збитків підприємству. І як результатом стає те, що менеджер з ризиків понесе особисту відповідальність за незастраховані збитки. Отже, дуже важливо не створювати конфлікту між інтересами менеджерів ризику та інтересами фірми. Наприклад, ті, кому доручили контролювати ризики випуску іпотеки, андеррайтерів іпотечних кредитів та іпотечних банкірів, мали фінансові стимули (комісії) для видачі позик незалежно від внутрішніх ризиків. Виникла іпотечна криза внаслідок конфлікту інтересів між андеррайтерами іпотеки та іпотечними банкірами. Така ситуація створила відправну точку для фінансової кризи 2008–2009 років. [1]

Менеджери ризику повинні з'ясувати, ще до того, як збиток станеться, чи існує механізм, який забезпечить рівновагу між необхідними ресурсами та наявними ресурсами. Ідея полягає в забезпеченні безперервності, незважаючи на втрати. Таким чином, робота менеджера з

ризиків полягає в оцінці здатності фірми підтримувати (поглинати) збитки. Ця робота вимагає глибоких знань про фінансові ресурси фірми, такі як кредитні лінії, активи та страхові механізми. З цією інформацією менеджери ризику можуть порівнювати альтернативні методи обробки ризиків.

Отже, в Україні ще мало приділяють увагу управлінню ризиками і ризик-менеджмент стає все більш розповсюдженою і перспективною спеціальністю. А управління ризиками стає нагальною проблемою для кожного підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Цвігун Т.В. Механізм управління ризиками в системі управління підприємством // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету –[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-2-2017/4.pdf>

2. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. – К.: ІВЦ “Видавницт-во «Політехніка»”, 2004. – 200 с

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чердниченко В.В.

Н.С. Делимарская
Молдавская Экономическая Академия, Кишинев, Молдова

УЧЕТ ТРЕБОВАНИЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЭТАПЕ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-РЕСУРСОВ

Современные Интернет-технологии открывают перед бизнесом широкий спектр возможностей. Аналитическим агентством We Are Social при сотрудничестве с платформой SMM-платформой Hootsuite был подготовлен пакет отчетов о глобальном цифровом рынке Global Digital 2018. По данным представленных отчетов, сегодня во всем мире Интернетом пользуется более 4 миллиардов человек.

По последним данным аналитического агентства Statista, приведенным в обзоре цифрового рынка, общий объем рынка онлайн-коммерции в секторе потребительских товаров за прошлый год вырос на 16%. Годовой объем расходов в 2017 году достиг 1,5 триллионов долларов США. [1]

Развитию современного интернет-бизнеса способствуют такие факторы как:

- Активное развитие-веб-технологий
- Увеличение скорости мобильного Интернета (Аналитическое агентство GSMA Intelligence сообщает, что более 60% мобильных соединений сегодня относятся к категории широкополосных.)
- Доступность мобильных устройств и относительно низкие тарифы на мобильный Интернет
- Прирост глобальной аудитории социальных сетей
- Распространение Интернета в развивающихся странах.

Учитывая вышеперечисленные тенденции, сайты от простейших сайтов-визиток переросли в сложнейшие веб-приложения, которые охватывают практически все сферы жизнедеятельности человека. Данные приложения позволяют осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами, партнерами, государственными органами; вести учет и планирование текущей деятельности компании, обеспечивая решение текущих бизнес-задач. Причем, необходимо отметить, что рост и расширение функциональности web-приложений происходит очень быстро.

В свою очередь эти факторы генерируют широкий спектр проблем, связанных с безопасностью таких сайтов в целом, и с безопасностью информации, которая циркулирует в этих системах. Угрозы для web-приложений развиваются также быстро, как и сами web-приложения.