

ВЛИЯНИЕ
РЕПУТАЦИОННЫХ
РИСКОВ НА
БЕЗОПАСНОСТЬ
И
НЕПРЕРЫВНОСТЬ
БИЗНЕСА



Вячеслав Михайловский
Руководитель Службы безопасности ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»
13 февраля 2019



РЕПУТАЦИОННЫЙ РИСК (РИСК ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ, РИСК ВОСПРИЯТИЯ)

Риск возникновения убытков вследствие негативного восприятия имиджа клиентами, контрагентами, акционерами (участниками), деловыми партнерами, регулирующими органами и т.п.

Имидж в этом контексте можно рассматривать как представление о финансовой состоятельности, характере товаров/услуг и характер деятельности в целом

НОСИТЕЛИ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ

- Действия организации
- Действия конкурентов
- Действия контрагентов и поставщиков
- Действия клиентов
- Действия контролирующих органов
- Действия общественных организаций
- Действия СМИ
- Негативные факторы внешней среды

ИСТОЧНИКИ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ

- Нарушение норм законодательства и деловой этики
- Конфликт интересов
- Публикация негативной информации
- Публикация недостоверной информации
- Недостаточный профессионализм сотрудников
- Низкий уровень кадровой политики
- Недостаточный учет факторов внешней среды
- Потребительский терроризм
- Недостаточный контроль за распространением информации

ПОСЛЕДСТВИЯ РЕПУТАЦИОННОГО УЩЕРБА

- Падение доверия клиентов и поставщиков
- Снижение котировок, «сброс» акций
- Изменение условий работы
- Прямые и косвенные затраты на преодоление репутационного ущерба
- Сбои в оперативном управлении из-за отвлечения топ-менеджмента
- Приостановление работы организации в целом или ее элементов
- Демотивация, отток квалифицированного персонала

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ

- Мониторинг «словаря рисков» и детектирование потенциально опасных упоминаний (триггеров)
- Создание комплексной системы экстренного реагирования и управления
- Создание и поддержание системы обратной связи
- Тренинг сотрудников в области противодействия созданию или распространению репутационных рисков
- Сокращение цепи принятия решений при высокой вероятности ущерба
- Формирование позитивного имиджа и минимизация ущерба за счет оперативного реагирования
- Формирование планов действий в случае нанесения репутационного ущерба

ТЕНДЕНЦИИ РОСТА РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ

- Легкость доступа к распространению значимой информации
- Быстрое распространение негативной и недостоверной информации
- Создание неконтролируемых «черных списков»
- Недостаточный профессионализм сотрудников
- Размывание ответственности за совершенные действия
- Рост «тревожности ожиданий»
- Неявность целей и направленности процессов
- Ассоциирование личной и профессиональной позиции менеджмента
- Широкое распространение социальных сетей

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ