

ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЯ БРЕНДУ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Фісуненко П.А., Булєєв Ю.С.

*ННІ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури УДУНТ,
м. Дніпро*

Для українських підприємств, які працюють у складних умовах війни, онлайн-репутація є не лише питанням публічних відносин, але й елементом економічної безпеки. Репутаційні атаки у форматах фейкових відгуків, хейтерських кампаній та чорного PR можуть призвести до значних фінансових втрат. Негативна репутація може спричинити втрату довіри стейкхолдерів, що призводить до фінансових збитків [1]. О.М. Ляшенко зазначає, що репутаційний аудит та швидке реагування є одними з основних інструментів управління економічною безпекою підприємства [2]. До основних загроз належать: негативні відгуки на маркетплейсах та Google Maps, які можуть відлякати потенційних клієнтів; бот-атаки в соцмережах, що призводять до штучного зниження рейтингу; вірусні публікації з негативом в Telegram, YouTube та інших платформах, які швидко поширюються серед аудиторії.

Ці фактори можуть суттєво впливати на сприйняття бренду та його фінансову стабільність, тому для ефективного управління онлайн-репутацією необхідно використовувати спеціалізовані інструменти моніторингу, що дозволяють оперативно виявляти загрози: YouScan – українська платформа моніторингу соціальних медіа з функціями аналізу зображень та інтеграцією з ChatGPT для глибокого аналізу згадок; Google Alerts – безкоштовний інструмент для відстеження нових згадок про бренд в інтернеті; LOOQME – сервіс комплексного моніторингу згадок бренду з можливістю аналізу тональності відгуків. Має інтеграції з медіа та соцмережами.

Ефективне управління репутацією має включати наступні механізми реагування: оперативна відповідь на негативні відгуки з пропозицією вирішення проблем; створення позитивного контенту для зміцнення іміджу бренду; співпраця з інфлюенсерами, лідерами думок для поширення позитивних згадок про компанію.

Онлайн-репутація є невід'ємною складовою економічної безпеки підприємства. Використання сучасних інструментів моніторингу та своєчасне реагування на загрози дозволяє мінімізувати ризики та забезпечити стабільний розвиток бізнесу в умовах цифрової трансформації.

Література:

1. Наумова О., Наумова М., Шевчук А. Вплив ділової репутації на забезпечення економічної безпеки компанії. *Економіка та суспільство*. 2024., вип. 62.
2. Ляшенко О.М. Ресурсно-захисний підхід до стратегування економічної безпеки підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. Вип. 2 (62). С. 132-143.