

РОЛЬ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Сергеева М. М., магистрант
Научный руководитель – Торяник Ж. И., к. э. н.,
доцент каф. менеджмента и
социально-гуманитарных дисциплин
Харьковский институт университета банковского дела
г. Харьков, Украина

В современных условиях дифференциации товаров и услуг резко возрастает роль деловой репутации. Положительная деловая репутация организации и признание её на рынке помогает выдержать давление внешних факторов, усилить конкурентные позиции, сделать организацию более привлекательной для инвесторов и покупателей. Это и объясняет актуальность данной темы.

Деловая репутация относится к нематериальным благам. Это оценка, которую дают организации разные контрагенты.

Учеными Института репутации были выделены основные семь факторов, влияющих на уровень деловой репутации: корпоративная социальная ответственность, условия труда, финансовая результативность, инновационность, лидерство, продукты / услуги и управление [1].

Положительная деловая репутация – это орудие укрепления позиций компании. Она позволяет ей иметь определенные конкурентные преимущества на рынках труда, капитала, ресурсов, ценных бумаг. Положительная репутация не только облегчает доступ компании к различным финансовым, материальным и прочим ресурсам, но и обеспечивает надежную защиту интересов компании во внешней среде, влияет на обоснованность принятия решений в области менеджмента.

Список литературы

1. In Reputation Ranking, Some Banks Breakfromthe Pack [Электронный ресурс] American Baker. Режим доступа: http://www.americanbanker.com/issues/176_98/bank-reputation-rankings1037846-1.html?pg=2. – Дата доступа: 17.08.2018