

УДК 005.336.6

## АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

студент гр. 103222 Орловский С.А.

*Научный руководитель – ст. преп. Торская И. В.*

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Деловая репутация – нематериальное благо, которое представляет собой оценку деятельности лица (как физического, так и юридического) с точки зрения его деловых качеств.

Подходы к изучению деловой репутации используют методы, которые основаны на качественных исследованиях и методы, которые основаны на количественном измерении. В составе нематериальных активов, состоящих на бухгалтерском учете в организациях Республики Беларусь, отсутствует такой показатель, как «Гудвилл», поэтому невозможно анализировать деловую репутацию методами, основанными на количественных измерениях.

К методам, основанным на качественных исследованиях, относятся экспертный метод и метод социологического опроса.

Экспертный метод можно разделить на рейтинговый и рекомендательный. Рейтинговый метод основан на получении информации от независимых компаний, которые анализируют внутренние данные. Рекомендательный метод заключается в обсуждении репутации фирмы экспертами пиар-компаний.

Метод социологического опроса используется при оценке значимости качественных характеристик и проводится путем интервью и анкетирования определенной целевой аудитории.

Структура деловой репутации представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура деловой репутации