

На основе оценки уровня производительности труда, занятости, темпов роста доходов и др. выявлено, что значимые результаты в области повышения эффективности функционирования имеют компании, которые были приватизированы «аутсайдерами» (инвесторами, которые не являлись ни бывшими управляющими, ни бывшими работниками). Эффективность функционирования компаний, приватизированных инсайдерами, существенно не отличалась от государственных компаний. Основной причиной неэффективности приватизации «инсайдерами» является низкое качество управленческих навыков бывших управляющих государственными компаниями в силу неэффективной системы подбора управленческих кадров, действовавшей социалистических странах. В силу этого «старый» менеджмент, который превратился в собственников приватизированных компаний, оказался не способным функционировать в рыночных условиях. «Аутсайдеры», располагая более высоким управленческим капиталом, быстрее проводили реструктуризацию компаний, выходили на новые рынки сбыта, управляли рисками деятельности компаний.

*М.В. Мишкевич, канд. филол. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

Оценка конкурентоспособности компании представляет собой комплексную многофакторную задачу, которая включает выявление наиболее значимых числовых показателей конкурентоспособности и их агрегирование. В настоящее время исследователи сходятся во мнении, что при изучении оценки конкурентоспособности предприятия необходимо принимать в расчет анализ производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций и т.д. За основные показатели конкурентоспособности компании обычно принимают: экономический потенциал и эффективность деятельности; уровень управления; производственный, сбытовой и научно-исследовательский потенциалы; финансовое положение; рыночную стратегию, инновационную деятельность; состояние и квалификацию трудовых ресурсов. Высокая конкурентоспособность компании имеет место при наличии удовлетворения потребителей приобретенными товарами или услугами, отсутствии претензий к компании со стороны общества, акционеров, партнеров.

Такой элемент конкурентоспособности компании, как деловая репутация, либо вообще не учитывается, либо принимается в расчет как один из второстепенных показателей. Вместе с тем сегодня во всех странах наблюдается рост интереса к проблеме формирования положительной репутации предприятия как одной из важнейших частей его рыночной стоимости.

Понятие *репутации компании* может включать две составляющие: с одной стороны, информационно-содержательную, которая представляет собой совокупность всех знаний о компании, а с другой — оценочную составляющую, связанную с отношением партнеров к информации об аспектах деятельности организации. Первая составляющая основана на объективном содержании показателей деятельности компании, а вторая представляет собой оценку со стороны различных субъектов: постав-

щиков, инвесторов, потребителей и т.д. При этом набор показателей, релевантных для определения репутации, может различаться в разных странах.

В перечень характеристик деловой репутации входят следующие: качество товаров и услуг, квалификацию руководства, успех на внутреннем и внешнем рынке, лидерство в своей отрасли, инвестиции в развитие и др. В этой связи управление деловой репутацией становится важнейшим стратегическим орудием конкурентной борьбы, поскольку дает компании эффект приобретения дополнительного рыночного веса.

Формирование хорошей репутации компании сопряжено, с одной стороны, со значительными финансовыми затратами, а с другой — облегчает ему доступ к финансовым, информационным, трудовым и другим ресурсам. Положительная репутация обеспечивает компании также максимальную защиту бизнеса на товарных рынках и позволяет эффективно влиять на структуру этих рынков. В некотором смысле репутация прямо пропорциональна капитализации и кредитоспособности компании и обратно пропорциональна рискам на нее.

Деловая репутация как категория синтетическая широко используется в различных областях: экономической теории, гражданском праве, практике бухгалтерского учета и др. Иногда стоимость деловой репутации компании может намного превосходить стоимость ее балансовых активов. Поэтому при сделках купли-продажи действующего бизнеса проведение качественной оценки деловой репутации фирмы является необходимым условием выявления справедливой рыночной цены, которая устроит как покупателя, так и продавца бизнеса.

Дальнейшее исследование составляющих элементов деловой репутации, разработка методов ее оценки будут иметь большое прикладное значение для установления подлинной конкурентоспособности компаний.

*В.В. Ожигина, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

На Лиссабонском Европейском Саммите в 2000 г. страны ЕС основной целью своей социальной политики определили количественное и качественное улучшение занятости и создание равных возможностей на рынке труда и в социальной сфере для формирования наиболее конкурентоспособной и динамичной экономики в мире, основанной на знаниях, способной к устойчивому экономическому росту.

Среди основных трансформаций социальной политики в рамках Европейских стратегий занятости за 2001, 2002, 2003, 2004 гг. и 2005—2008 гг. можно назвать следующие: стимулирование развития знаний и инноваций; создание в Европе наиболее привлекательной экономики для инвестиций и занятости; создание большого количества и улучшение качества рабочих мест; реализация политики полной занятости в социально ориентированной инновационной экономике (70% занятых в экономике, 60% занятых женщины, 50% занятых среди пожилого населения 55—64 лет к 2010 г.); улучшение качества и производительности труда; усиление социального и территориального единства в ЕС; распределение инвестиций в человеческий ка-