

выполнению задачи информационного обеспечения конкурентоспособности предпринимательства.

Библиографический список

1. Информационное обеспечение конкурентоспособности предпринимательства ./ [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.benran.ru/SEM/Sb_12/Sbornik/11.pdf (дата обращения 28.01.19).
2. Сущность информационного обеспечения управления качеством./ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://znaytovar.ru/new1121.html> (дата обращения 28.01.19).
3. Галиуллин И.Р. Инновационная модель эффективного управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: от теории к практике./ Микроэкономика. 2018. N 3. С.31–35.
4. Пономарева Т.Н. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учеб. пособие для студентов очной формы обучения направления 38.03.06. / Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. С. 267.

Рекомендовано кафедрой
маркетинга БГТУ

канд. экон. наук, профессор
О.В. Доможирова
Ю.В. Хороших,
Н.С. Валяева
Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

РОЛЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

Исследователи в сфере экономической науки достаточно долго находятся в активном поиске того «рецепта», той формулы бизнеса, которая давала бы объективную и целостную оценку деятельности хозяйствующего субъекта менеджменту, стейкхолдерам и другим заинтересованным сторонам, а также раскрывала перспективы поддержания ее на достойном уровне в кратко-, средне- и долгосрочном периодах и являлась некой отправной точкой анализа дальнейшего наращивания стоимости.

Следует отметить, при анализе современного уровня развития экономических отношений между субъектами все больше происходит уклон в сторону психологии, через рассмотрение мотивов поведения, на которые влияют в совокупности формальные и неформальные установки институтов. Обращение к институциональным аспектам той или иной проблематики объясняется тем, что преодолевается ряд предпосылок, характерных для классической и неоклассической теорий, таких как абсолютная рациональность поведения субъектов, установление совершенной конкуренции, достижение равновесия посредством ценового механизма. Именно институционализм способствует комплексному и всестороннему анализу.

В рамках данного исследования предлагаем рассмотреть институциональные аспекты стоимости бизнеса из предположения, что предприятие как хозяйствующий субъект представляет собой небольшого формата государство с внутренними институтами, которым присущи формальные предписания и неформальные, в результате взаимодействия, порождающие оппортунизм и столкновение интересов [5].

Переходя к проблематике института управления стоимостью предприятия, необходимо более подробно обратиться к раскрытию феномена «стоимости бизнеса» как экономической категории. Все трактовки исследователей, поясняющие сущность категории «стоимость бизнеса», можно условно разделить на две группы: одни ученые отождествляют стоимость предприятия с ее рыночной капитализацией, другие – понимают её как полезность, генерируемую посредством взаимодействия капиталов.

Приверженцем первого направления выступает К.Уолш, ирландский практик в области корпоративных финансов. Он утверждает, что стои-

мость бизнеса равна рыночной капитализации и является суммой текущей рыночной стоимости заемного и собственного капитала предприятия. Однако здесь стоит уточнить, рыночная капитализация – контрировочная стоимость миноритарного пакета акций без учета надбавок и премий за контроль. В виду этого, можно заключить, что содержание понятия «стоимость бизнеса» шире понятия «рыночная капитализация» [1].

Совсем к противоположным заключениям о стоимости бизнеса приходят такие исследователи как Мерсер З., Грегори А., Теплова Т.В. Щербаковой Н.А., обратимся к их объяснениям.

Так, по мнению Мермера З. и Хармса Т., при оценке стоимости бизнеса необходимо принимать во внимание стоимость всех ожидаемых будущих денежных доходов и стоимость остаточную, которая рассчитывается через дисконтирование. Критиком этой позиции выступает Ревуцкий Л.Д., делая акцент на том, что данное определение противоречиво: оценивая стоимость предприятия исходя из данных на конец срока полезной эксплуатации в корне неверно, так как покупателя не интересует стоимость приобретаемого предприятия на момент его продажи, оценка производится для продавца [4].

Более основательное определение стоимости бизнеса дает Грегори А. Он считает, что стоимость предприятия состоит из следующих частей: сумм текущих стоимостей филиалов и подразделений, стоимости финансовых активов, суммы рыночной оценки акций.

Теплова Т.В. аналогично рассмотренным точкам зрения считает, что стоимость бизнеса представляет инвестиционную или внутреннюю оценку будущих денежных выгод стейкхолдеров с учетом риска их вложений [6].

Аналогично с выше представленной трактовкой Тепловой Т.В., согласно определению, данным Международным Комитетом Американского общества оценщиков (ASA) оценка бизнеса – процесс подготовки заключения или определения стоимости предприятия или доли акционеров в капитале.

Также следует особо выделить направление приверженцев интегрированного взгляда на деятельность предприятия. Примером такого является определение Щербаковой Н.А., по ее мнению, оценка предприятия представляет процесс определения в денежном выражении стоимости предприятия, учитывающей его полезность и затраты, связанные с получением этой полезности [7].

Выделяя основные положения и наиболее емкие семантические формулировки из рассмотренного ряда определений, сформулируем собственный взгляд на изучаемое явление.

Стоимость предприятия – совокупная оценка инвестированного капитала, сущность которой заключается в измерении фактического или потенциального приращений потоков экономических выгод, всецело достаточных для удовлетворения ожиданий стейкхолдеров с учетом вероятных рисков.

В основе определения лежит концепция стоимости предприятия через интегрированное мышление, в рамках которого выполнение положений [3]:

- создание ценности предприятием для заинтересованных сторон;
- ценность имеющихся капиталов, находящихся в распоряжении;
- дальнейшее распределение ценности.

Поясним сказанное в схематичном виде на рис. 1.

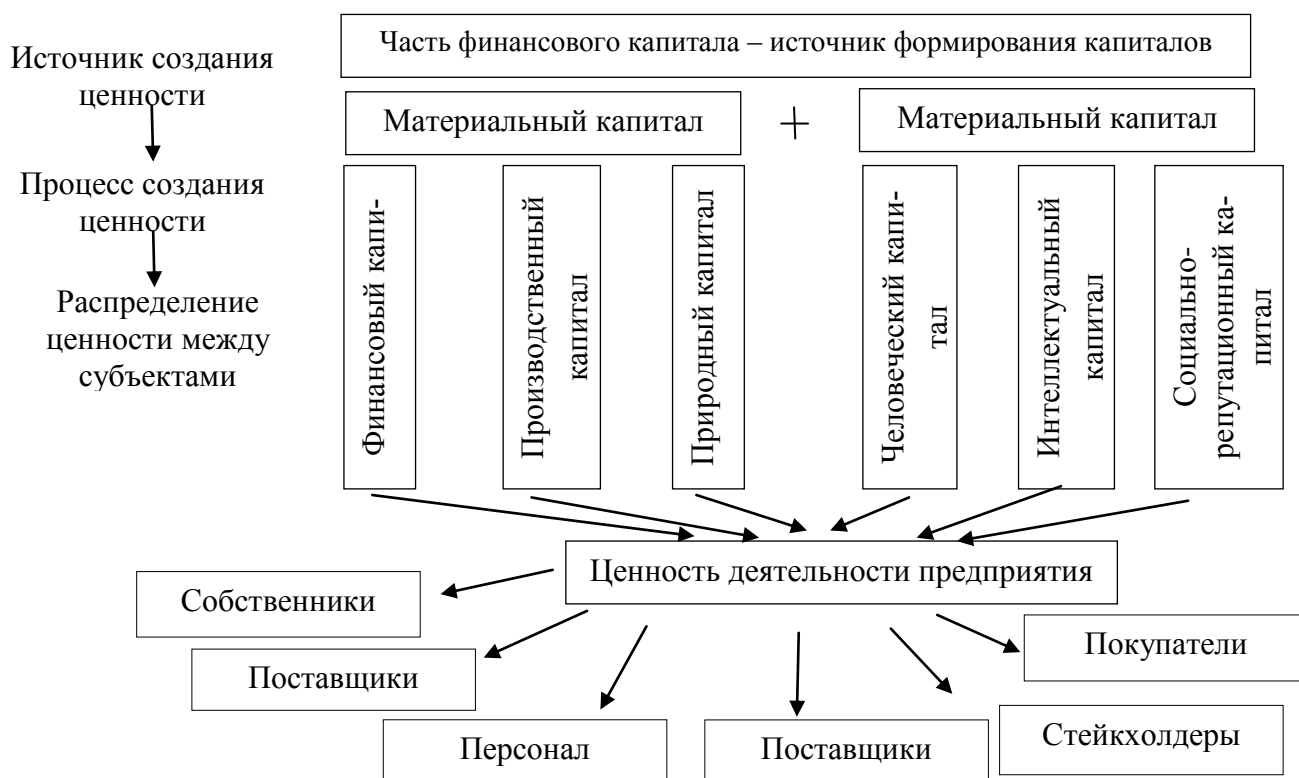


Рис.1 Схема создания и распределения ценности предприятием

Так ценность деятельности предприятия зависит от того, как руководство распоряжается всеми видами капиталов, имеющихся в его собственности, а именно: финансовый, производственный, интеллектуальный, человеческий, социально-репутационный, природный. Однако при этом при оценке бизнеса необходимо также учитывать совокупность рыночных факторов: конъюнктура рынка, уровень и конкурентную ситуацию на рынке, цены на аналогичные объекты и состояние отрасли [2].

Как было замечено ранее, согласно институциональной теории, функционирование института приводится в действие субъектами, преследующими собственные интересы. Взаимодействие экономических субъектов, заинтересованных в оценке стоимости предприятия является основополагающим условием исчисления достоверной оценки.



Рис. 2 Субъекты института стоимости и цели, которые они преследуют [1]

Несмотря на то, что каждый из субъектов институциональной среды оценки стоимости бизнеса заинтересован в получении качественных сигналов и в прозрачности институциональной среды, все же дисфункции института имеют место быть.

Оппортунизм вероятен со стороны каждого из субъектов, например:

– оценка для стейкхолдеров, при составлении ее руководством предприятия, может завышаться с целью привлечения больших финансовых вложений;

– для государственных регуляторов, наоборот, стоимость предприятия может занижаться для облегчения налогового бремени;

– в глазах кредитных и страховых организаций необходима также завышенная стоимость бизнеса для наращивания клиентского рейтинга.

Таким образом, процесс определения стоимости как важный показатель для стейкхолдеров и руководства предприятия весьма трудоемок и состоит из сложных аналитических процедур по определению справедливой стоимости его капитала. Перед нами стояла задача по анализу институциональных аспектов, поэтому хотелось бы выделить особо то, что отсутствие общеустановленного стандарта на государственном уровне сильно сказывается на объективности, так как внутренний институт оценки характеризуется высокой степенью оппортунизма субъектов и асимметричностью информации.

Библиографический список

1. Асканова О.В., Карпенко А.В. Проблемы управления стоимостью предприятий машиностроения: Монография. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та; Рубцовск: Рубцовский индустриальный институт, 2013. 141 с.
2. Доможирова О.В., Рудычев А.А., Петлюк А.И., Разуваев Н.Н. Производственный потенциал промышленного предприятия// Белгородский экономический вестник. 2017. № 2 (86). С. 65–70.
3. Когденко В.Г. Влияние концепции управления стоимостью на совершенствование отчетности, развитие анализа и финансового менеджмента // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 8 (407). С. 14–24.
4. Мерсер З., Хармс Т. Интегрированная теория оценки бизнеса / Поднаучн. ред. В.М. Рутгайзера. М.: Маросейка, 2008. 288 с.
5. Панеях Э.Л. Формальные правила и неформальные институты их применения в российской экономической практике //Экономическая социология. 2014. № 4(89). С. 56–68.
6. Теплова Т.В. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий. М.: Вершина, 2016. 272 с.
7. Щербаков В.А., Щербакова Н.А. Оценка стоимости (бизнеса) Практическое руководство. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Омега-Л, 2012. 315 с.

Рекомендовано кафедрой
экономики и организации
производства БГТУ