

УДК 330.14

П.В. Корзенюк (БГТУ, г. Минск)

### **ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ КАПИТАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

В современной литературе, посвященной вопросам финансовой теории и практики, понятие «капитализация» употребляется применительно к предприятиям, активам и регионам. Капитализация с одной стороны представляет собой рыночную стоимость предприятия в текущем экономическом положении, с другой – способность вложенного капитала создавать прибавочную стоимость. С точки зрения процесса оценки стоимости задачу роста капитализации целесообразно отождествлять с превышением стоимости доходов предприятия над стоимостью его имущества. Как следствие, низкая капитализация понижает конкурентоспособность отечественных предприятий и уменьшает приток инвестиций в экономику страны.

Для оценки капитализации предприятия можно использовать методику MPP Consulting, включающую расчет стоимости бренда с последующим суммированием стоимости активов.

Формула расчета стоимости бренда:

$$V = FC \cdot (I_q \cdot G_q \cdot T_q \cdot C_q) \cdot U_{id},$$

где  $V$  – стоимость бренда;  $FC$  – композитный финансовый показатель;  $I_q$  – инвестиционный коэффициент;  $G_q$  – географический коэффициент;  $T_q$  – технологический коэффициент;  $C_q$  – конкурентный коэффициент;  $U_{id}$  – коэффициент уникального идентификатора бренда.

Таким образом, решающей задачей менеджмента предприятий в рассматриваемой проблеме является формирование эффективной бизнес-модели, которая ориентирована на рост капитализации предприятия и включала бы следующие этапы:

1. использование системы финансового учета в соответствии с международными стандартами;
2. ориентация в оценке деятельности предприятия не только на традиционные показатели (прибыль, рентабельность и т.п.), но и на денежный поток и стоимость предприятия;
3. разработка стоимостной модели, включающую совокупность факторов, определяющих стоимость предприятия;
4. разработка стратегических стоимостных бизнес-планов развития предприятия (включая финансовые и операционные планы отдельных подразделений предприятия);
5. контроль над исполнением стратегического стоимостного бизнес-плана.