

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ ПРИ ПРОДАЖЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Процессы разгосударствления и приватизации в Республике Беларусь привели к многообразию форм собственности, и как следствие — свободе предпринимательства. В результате произошедших изменений объектами купли-продажи уже могут быть не только товарно-материальные ценности и услуги, но и целые предприятия, что закреплено в ст. 132 ч. 2 Гражданского кодекса Республики Беларусь: “Предприятие в целом или его часть могут быть объектом купли-продажи, залога и других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением вещных прав”. В связи с этим весьма актуальным является оценка стоимости предприятия. Однако подобная постановка вопроса представляется ограниченной, что связано с определением предприятия в качестве объекта оценки.

Основным документом, регламентирующим определение предприятия, в настоящее время является Гражданский кодекс Республики Беларусь, в соответствии с которым “предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности” (ст. 132 ч. 1). Так же определяется объект оценки и в Инструкции по оценке рыночной стоимости предприятий, утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 05.03.2004 г. № 65.

Безусловно, основной целью приобретения предприятия является использование его в качестве инвестиционного товара, способного приносить доход его собственнику. Однако такими же характеристиками может обладать и имущественный комплекс любого юридического лица, являющегося коммерческой организацией. В соответствии со ст. 46 ч. 2 Гражданского кодекса Республики Беларусь “юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов и унитарных предприятий”. В данном определении предприятие используется только для обозначения такой формы коммерческих организаций, как унитарные предприятия (УП). Однако такие объекты прав представляют наименьший интерес для потенциальных покупателей, так как их собственником является государство. Следовательно, если в качестве объекта оценки обозначить предприятие, то практически исключается возможность подобных сделок с другими коммерчес-

кими организациями, такими, как ООО, ОДО, ОАО и др. Сами по себе коммерческие организации не могут быть предметом сделки, так как являются участниками гражданского оборота. Однако, обладая имущественным комплексом, безусловно, представляют интерес для потенциальных покупателей, и поэтому их можно рассматривать как такой же объект оценки, что и предприятие.

Поэтому представляется целесообразным расширить сферу применения сделок с имущественным комплексом юридических лиц, обозначив объект оценки не предприятие, а бизнес. Правомерность подобного подхода к определению объекта оценки обусловлена тем, что любой бизнес имеет свою экономическую организационную форму в виде предприятия.

Одно из определений бизнеса, представленное в деловом энциклопедическом словаре под ред. В.Г. Гавриленко, также подтверждает возможность подобной замены: "Бизнес-предприятие, фирма или совокупность предприятий, приносящие прибыль в результате осуществления определенных видов деятельности". Особенно актуальной является такая постановка вопроса в условиях развития новой экономики, для которой свойственно наличие виртуальных предприятий и фирм, у которых имущественный комплекс вообще отсутствует, но которые также могут стать объектом гражданских сделок.

При подобном подходе к объекту оценки становится очевидным ограниченный характер действующих нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы оценки фирм.

Е.К. Егорина, ассистент

БГЭУ (Минск)

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА В УСЛОВИЯХ АСИММЕТРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Важным условием функционирования конкурентного рынка является предположение о том, что все его участники имеют полную информацию относительно параметров и характеристик всех товаров и услуг, обращающихся на различных рынках. Однако в реальной жизни информация часто бывает асимметричной. Часть участников рынка владеет информацией, которой не владеют другие заинтересованные лица. Например, продавец товара лучше осведомлен о его истинных качествах, чем потенциальные покупатели. Возможна и противоположная ситуация (например, на финан-

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека

BSEU Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by