



## ԲԻՆՁՅՈՒ ԱՄԻՐՅԱՆ

ՀՊՏՀ կոմերցիայի և բիզնեսի կազմակերպման  
ամբիոնի ասպիրանտ

### ԲԻԶՆԵՍԻ ԱՐԺԵՔԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՆՊԱՏԱԿՆԵՐԸ ԵՎ ՄԵԹՈԴՆԵՐԸ

Տնտեսավարման ներկայիս պայմաններում ցանկացած բիզնես, իր գործունեության ընթացքում ելնելով տարբեր շարժառիթներից, ունենում է գնահատման անհրաժեշտություն, և դա կարող է պայմանավորված լինել ինչպես արտաքին և ներքին գործոններով, այնպես էլ՝ անցումային գործընթացներով: Բիզնեսի արժեքի իրատեսական և օբյեկտիվ գնահատում կատարելու և արժանահավատ արժեք որոշելու նպատակով հարկ է սահմանել տնտեսագիտական առաջադրանքը, գնահատման ենթակա արժեքի և իրավունքների տեսակները, ինչպես նաև տեղեկանալ գնահատման արդյունքների օգտագործման նպատակին:

Հոդվածում քննարկվում են բիզնեսի արժեքի գնահատման տնտեսագիտական բովանդակությունը, բիզնեսի գնահատման գործնական նշանակությունն ու նպատակների շրջանակը, օբյեկտները և սուբյեկտները, ինչպես նաև բիզնեսի արժեքի գնահատման հիմնական մոտեցումներն ու մեթոդները: Կատարվել է նաև գնահատման մեթոդների դասակարգում և դրանց առանձնահատկությունների, կիրառականության, առավելությունների և թերությունների նկարագրություն:

Կիրառվել են գիտական վերացարկման, պատմականի և տրամաբանականի գուգակցման, ինդուկցիայի և դեդուկցիայի, վերլուծության և համադրման մեթոդները:

**Հիմնաբառեր.** բիզնեսի արժեք, բիզնեսի գնահատում, բիզնեսի արժեքի գնահատման սուբյեկտներ, դիսկոնտավորման մեթոդ, շուկայական կապիտալի գնահատում

JEL: E22, G12, R11

*Բովանդակություն:* Գնահատման երևույթը տնտեսագիտության և բիզնեսի հիմնարար հասկացություններից է, այն ինչ-որ բանի արժեքի չափման կամ համեմատության գործընթացն է, ընդ որում՝ արժեչափման դեպքում արդյունքը պետք է օբյեկտիվորեն արտահայտի գնահատվող օբյեկտի և միջավայրի միջև կապը, համեմատության դեպքում՝ բազիսի և հաշվետուի կապվածությունը: Երկու դեպքում էլ կապն արտահայտվում է քանակական կամ արժեքային պարամետրով: Հետևաբար, գնահատումը դիտարկելով բիզնեսի տեսանկյունից, կարող ենք նշել, որ այն դրանում ստեղծված արդյունքի չափումը կամ արտահայտությունն է դրամական միավորներով:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման տնտեսագիտական մեկնաբանությունը կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ. *այն բիզնեսի անցյալի, ներկայի և ապագայի, փոխկապակցված նպատակների, խնդիրների, ինչպես նաև ցուցանիշների ու առկա իրավիճակի արտացոլումն է, անհրաժեշտ է ընկերության հավանական գործընկերներին, ներդրողներին, կառավարիչներին և բաժնետերերին՝ ընդհանուր արդյունքները պարզաբանելու և բիզնեսի կառավարման արդյունավետությունը գնահատելու համար: Բիզնեսի գնահատումը մի կողմից՝ կապիտալի հետ կապված գործառնությունների արդյունքում ստացված արժեքի չափման գործընթացն է, որը ենթադրում է կազմակերպության ակտիվների արժեչափման, ներկա և ապագա հնարավորությունների վերլուծության, կառավարչական որոշումների արդյունավետության գնահատման գործընթաց, մյուս կողմից՝ թույլ է տալիս արժեքային (ֆինանսական, դրամական) տեսանկյունից ձեռնարկատիրական գործունեությանը տալ հարաբերականորեն օբյեկտիվ գնահատական, որը և ցույց կտա արժեքային արտահայտությամբ չորոշվող գործոնների ազդեցությունը բիզնեսի արժեքի վրա:*

Ընդհանրապես, ձեռնարկատիրությունը տնտեսական բարդ համալիր է, որը, օգտագործելով տնտեսական ռեսուրսները, թողարկում է արտադրանք, մատուցում ծառայություն կամ կատարում աշխատանք: Հատկանշական է, որ բիզնեսը, լինելով կազմակերպական և գույքային համալիր, նաև գործունեության արդյունք է, որի արժեչափման գործընթացը օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է՝ ելնելով բիզնեսի սուբյեկտների հետաքրքրությունների շրջանակից:

Բնականաբար, ցանկացած բիզնես իր գործունեության ընթացքում, ելնելով տարբեր նպատակներից, իր առջև դնում է գնահատման խնդիր: Նպատակները կարող են լինել ինչպես արտաքին և ներքին միջավայրի գործոններով ձևավորվող, այնպես էլ՝ անցումային գործընթացների կազմակերպման հետ կապված անհրաժեշտություն:

Բիզնեսի արժեքը գնահատելիս կատարվում է բիզնեսի արժեքի վրա ազդող բազմազան՝ մակրոտնտեսական և միկրոտնտեսական գործոնների վերլուծություն: Նշված գործոններից կարևորներն են միջոցների (բիզնեսի) իրացվելիությունը, բիզնեսի շահութաբերությունը, ոչ նյութական ակտիվների առկայությունը, վերահսկողության մակարդակը, աճի հնարավորությունները, ֆինանսական դրությունը, մրցակցությունը ճյուղի ներսում, արտադրության բազմազանեցումը, արտադրության ծախսերն ու տեխնոլոգիան, մարդկային ռեսուրսներն ու դրանց կառավարումը, մատակարարների և սպառողների հետ հարաբերությունները, պետական քաղաքականությունը և այլն:

Բիզնեսի գնահատման նպատակները ուսումնասիրելիս անհրաժեշտ է

հաշվի առնել, որ ձեռնարկատիրական գործունեության արդյունավետության ցուցանիշները որոշվում են կազմակերպական աստիճանակարգության տարբեր ստորաբաժանումների կողմից, մասնավորապես՝ ըստ կատարված բիզնես-գործընթացների արդյունավետության, ընդ որում՝ որպես այդպիսիք կարող են լինել շահութաբերությունը, եկամտաբերությունը, աշխատատարությունը, կապիտալատարությունը, ակտիվների շրջանառելիությունը, իրացվելիությունը և այլն: Սակայն բերվող ցուցանիշները կրում են մասնակի բնույթ և չեն արտացոլում միմյանց միջև գոյություն ունեցող բազմաբովանդակ կապերը: Մինչդեռ բիզնեսի գնահատումը թույլ է տալիս համակցել բերված ցուցանիշները, հաշվի առնել սիներգիկ էֆեկտի ազդեցությունը և պատկերացում կազմել բիզնեսի իրական արժեքի մասին, իսկ դա դիտարկելով շարժընթացում՝ ստանալ բիզնեսի ավելացված արժեքը և գործնականում այն կիրառել՝ ռազմավարական կառավարման մեջ բիզնեսի արժեքի առավելագույն դարձնելը համարելով ընկերության հիմնական նպատակ:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման նպատակները բազմաթիվ են, ուստի առանձնացնենք մի քանիսը՝

**1. Բիզնեսում անցումային գործընթացների կազմակերպում՝<sup>1</sup>**

- *միաձուլում*. երկու կամ ավելի իրավաբանական անձերից նոր իրավաբանական անձի ստեղծման գործընթացն է, որին, ըստ փոխանցման ակտի, անցնում են նրանց իրավունքներն ու պարտականությունները,
- *միացում*. այս պարագայում իրավաբանական անձին միանում է մեկ կամ մի քանի իրավաբանական անձ, որոնց պարտքերն ու պահանջները փոխանցվում են պահպանվող իրավաբանական անձին,<sup>2</sup>
- *բաժանում*. մեկ իրավաբանական անձը տրոհվում է երկու և ավելի նոր իրավաբանական անձերի, որոնց, ըստ բաշխիչ (բաժանիչ) հաշվեկշռի, փոխանցվում են նախորդի իրավունքները և պարտականությունները,
- *առանձնացում*. իրավաբանական անձը պահպանում է ինքնուրույնությունը, իսկ առանձնացող մասերը դառնում են նոր իրավաբանական անձեր՝ ըստ բաշխիչ (բաժանիչ) հաշվեկշռի փոխանցված իրավունքներով ու պարտականություններով,
- *վերակազմակերպում*. կազմակերպաիրավական մի տեսակի իրավաբանական անձը վերակազմավորվում է այլ տեսակի, որին, ըստ փոխանցման ակտի, անցնում են առաջինի իրավունքներն ու պարտականությունները,<sup>3</sup>
- *օտարում*. տեղի է ունենում բիզնեսի մասնակի կամ ամբողջական վաճառք:

**2. Արժեթղթերի գործառնությունների իրականացում**, մասնավորապես՝ արժեթղթերի թողարկում, դրանց արժեքի որոշում և ներկայացում արժեթղթերի շուկայում:

**3. Գործունեության արդյունավետության բարձրացում և ձեռնարկության** արտադրանքի որակի կառավարում. առաջինը ցանկացած բիզնեսի առաջ-

<sup>1</sup> Տե՛ս **Thomas R., Benton E. Gup.**, The Valuation Handbook: Valuation Techniques from Today's Top Practitioners.

<sup>2</sup> Տե՛ս «Բաժնետիրական ընկերությունների մասին» ՀՀ օրենք, հոդվածներ 17-26:

<sup>3</sup> Տե՛ս **Լ.Ս. Մեհրաբյան**, Ձեռնարկատիրական իրավունք, Եր., 2015, էջ 20:

նահերթ նպատակներից է, ուստի բիզնեսի արժեքը կարող է դիտարկվել որպես արդյունավետությունը բնորոշող ցուցանիշ: Այս պարագայում արտադրանքի որակի աճը և ընկերության արդյունավետության ցուցանիշները կախվածության մեջ են դրվում ընկերության բիզնեսի արժեքից և հակառակը:

**4. Ներդրումներ կանոնադրական կապիտալում**, որի շրջանակներում կարող են հիմնավորվել ներդրումային նախագծերը կամ բիզնես-պլանները: Այս պարագայում հաշվի են առնվում պորտֆելի ընդլայնման, մոդելի վրա նոր նախագծի ազդեցությունը և գնահատականի ապագա շարժընթացը:

**5. Կորպորատիվ ֆինանսների կառավարում**, այս դեպքում բիզնեսի արժեքի գնահատումը վերաճում է՝ մեկանգամյա գործընթացից դառնալով անընդհատ և հանդես է գալիս որպես ֆինանսական կառավարման մաս: Այստեղ որպես ընկերության հիմնական նպատակ ոչ միայն շահույթի մաքսիմալացումն է, այլև բիզնեսի արժեքի աճը:

**6. Ակտիվների ապահովագրություն և ռիսկերի կառավարում**. զարգացած երկրներում բիզնեսի ապահովագրության ժամանակ բիզնեսի գնահատումը օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է, ինչպես նաև կան դեպքեր, երբ ընկերության ռիսկերի կառավարման արդյունավետությունը կապվում է բիզնեսի արժեքի և դրա շարժընթացի հետ:

**7. Վարձավճարների կամ աշխատավարձերի որոշում**<sup>4</sup> գործնականում երբեմն բիզնեսի արժեքից կարող են ածանցվել ինչպես աշխատավարձերը, անշարժ գույքի հարկումը, այնպես էլ՝ տարածքի կամ հիմնական միջոցների վարձավճարները:

**8. Միտոհիտար բաժնետերերի շահերի պաշտպանությունը** ենթադրում է բիզնեսի արժեքի վրա փոքր մասնաբաժին ունեցող բաժնետերերի ազդեցության որոշումը և նրանց շահերի պաշտպանությունը:

**Բիզնեսի գնահատման օբյեկտներն ու սուբյեկտները**: Իրականացնելով որևէ գործունեություն՝ կարևոր է պարզաբանել վերլուծության օբյեկտների ու սուբյեկտների շրջանակը: Բիզնեսի գնահատումը ևս բացառություն չէ, ուստի անդրադառնանք գնահատման օբյեկտներին ու սուբյեկտներին:

Բիզնեսի գնահատման օբյեկտները դիտարկելիս գնահատմանն անդրադառնանք հիմնականում երեք տեսանկյունից.

- բիզնեսն ամբողջությամբ. որտեղ գնահատման օբյեկտ է բիզնեսը՝ իր բոլոր կառուցվածքային միավորներով, ողջ կազմակերպական աստիճանակարգությամբ, դիտարկվում են ֆիրմայի արդյունքները՝ հոսքեր, պաշարներ, ֆինանսական ցուցանիշներ,
- բիզնեսի ռազմավարական միավորը, որի դեպքում գնահատվում է ֆիրմայի մաս կազմող առանձնացված ստորաբաժանումը: Որպես այդպիսին կարող են հանդես գալ արտադրամասերը, տեղամասերը, կլաստերային շղթայի մաս կազմող ձեռնարկությունը,
- բիզնեսի գործունեության որոշակի օբյեկտը, որը կարող է լինել առանձին կազմակերպական միավոր՝ ստորաբաժանում կամ բիզնես-գործընթաց:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման սուբյեկտներն այն անձինք են, որոնք հիմնական դերակատարում ունեն բիզնեսի արժեքի ձևավորման մեջ և շարժընթացում:

<sup>4</sup> Տե՛ս **Щербakov B.A., Щербакoвa H.A.**, Оценка стоимости предприятия (бизнеса), Омега-Л, М., 2006, էջ 23-24:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման սուբյեկտներին քննարկենք ստորև՝

*Ներդրողներն* այն անձինք են, որոնք ունեն ազատ միջոցներ և որոշակի հետաքրքրություններ բիզնեսի նկատմամբ, այսինքն՝ դիտարկում են իրենց ազատ դրամական միջոցները տվյալ բիզնեսում տեղաբաշխելու և բիզնեսի մասնակիցը դառնալու հնարավորությունը:

*Բաժնետերերն* այն անձինք են, որոնք տվյալ բիզնեսում արդեն կատարել են ներդրումներ: Ներդրողների և բաժնետերերի տեսանկյունից ձեռնարկություններում արժեքի կառավարման գործընթացը պետք է նպատակաուղղված լինի ֆիրմայի և նրա բաժնետոմսերի շուկայական արժեքի աճին, որը թույլ կտա նշանակալի շահույթ ստանալ այլ ձեռնարկությունների համեմատությամբ:

*Մասնագիտացված գնահատող կազմակերպությունները և անհատները* ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձինք են, որոնք զբաղվում են բիզնեսի արժեքի գնահատմամբ:

*Սպառողներ* կարող են լինել ինչպես անձնական, ընտանեկան, տնային կամ այլ օգտագործման համար նախատեսված, ձեռնարկատիրական գործունեության հետ չկապված ապրանքների (աշխատանքների, ծառայությունների) պատվիրման կամ ձեռք բերման մտադրություն ունեցող քաղաքացիներ,<sup>5</sup> այնպես էլ արտադրաիրացումային գործունեություն ծավալող կազմակերպություններ, որոնք հետաքրքրություններ ունեն գնահատվող ձեռնարկության արժեքի նկատմամբ:

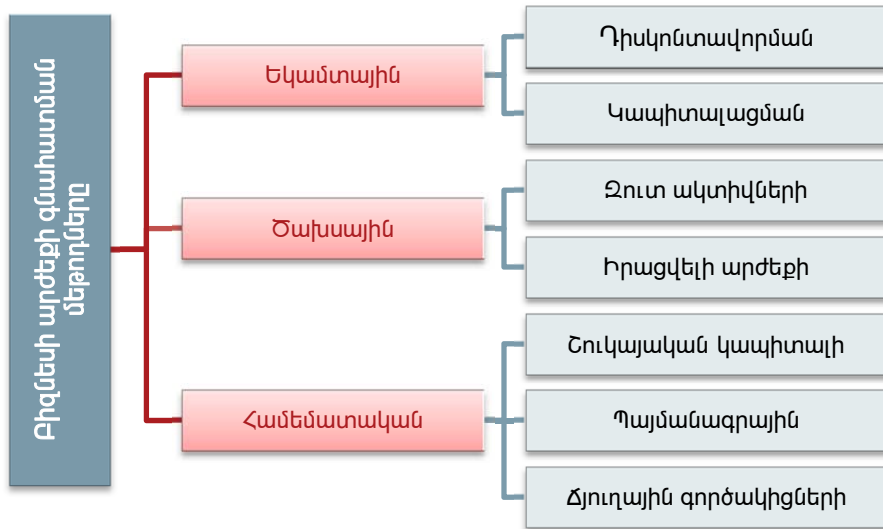
*Պետությունը* որպես բիզնեսի արժեքի գնահատման սուբյեկտ ենթադրելիս նկատի է առնվում օրենսդրական և ենթօրենսդրական ակտերի ամբողջությունը, որոնք ուղղակի կամ անուղղակի կերպով ազդում են բիզնեսի արժեքի ձևավորման և շարժընթացի վրա:

*Պատվիրատուները* մասնագիտացված գնահատող կազմակերպությունների կամ անհատների հետ բիզնեսի արժեքի գնահատման նպատակով համաձայնագիր կնքող անձինք են կամ բիզնեսի արժեքի գնահատման հանձնարարություն տվողները:

Ցանկացած միկրոտնտեսական խնդիր լուծելիս անչափ կարևոր է լուծման մեթոդաբանության և մեթոդի ընտրությունը, քանի որ մեթոդի ընտրությունն է պայմանավորում խնդրի լուծման վերջնարդյունքի արժանահավատությունը կամ պիտանիությունը առաջադրված պահանջներին, հետևաբար՝ բիզնեսի արժեքի գնահատման ժամանակ կարևորվում է մեթոդի ընտրությունը:

Ներկայում հայտնի է բիզնեսի արժեքի գնահատման մի քանի մոտեցում: Գծապատկեր 1-ում ներկայացնենք հիմնական մոտեցումներն ու մեթոդները:

<sup>5</sup> Տե՛ս «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 1:



Գծապատկեր 1. Քիզմեսի արժեքի գնահատման մեթոդները<sup>6</sup>

*Եկամտային մոտեցումը* ներկայացնում է արժեքի գնահատման գործընթաց, որը հաշվի է առնում ձեռնարկության ապագա եկամուտները: Եկամտային մոտեցումը ներառում է եկամուտների և ծախսերի ապագա փոփոխությունները, ռիսկի գործոնը, ներդրողի հետաքրքրությունները, տնտեսական միջավայրը: Եկամտային մոտեցման հիմնական թերությունները պայմանավորող գործոններն են՝

- ապագա արդյունքների դժվար կանխատեսելիությունը,
- շուկայական իրավիճակի անտեսումը,
- հաշվարկների հարաբերական բարդությունը:

Որպես եկամտային մոտեցման մեթոդներ հանդես են գալիս.

- կանխիկ հոսքերի ղիսկոնտավորման մեթոդը,
- ղիվիդենտների ղիսկոնտավորման մեթոդը,
- զուտ շահույթի ղիսկոնտավորման մեթոդը,
- կապիտալացման մեթոդը:

Կանխիկ հոսքերի (ղիվիդենտների, զուտ շահույթի) ղիսկոնտավորման մեթոդը հիմնված է տվյալ բիզնեսի ապագա դրամական հոսքերի (ղիվիդենտների, զուտ շահույթի) կանխատեսման վրա, որոնք ղիսկոնտավորվում են ղիսկոնտավորման դրույթով:

Կապիտալացման մեթոդը կիրառվում է այն դեպքում, երբ ձեռնարկության եկամուտը համեմատաբար կայուն է, այսինքն՝ բիզնեսը գործում է կայուն, իներտ շուկայում: Կապիտալացման մեթոդի կիրառության դեպքում բիզնեսի արժեքը կապվում է զուտ շահույթի ցուցանիշի հետ, որը ճշգրտվում է կապիտալացման գործակցով:<sup>7</sup>

*Ծախսային մոտեցումը* գործիքների համալիր է, որը միտված է արտադրության ընթացքում անհրաժեշտ ծախսերի հաշվառման ճանապարհով բիզ-

<sup>6</sup> Գծապատկերը կազմել է հեղինակը:

<sup>7</sup> St'u Бианкина А.О., Орехов В.И., Орехова Т.Р., Казенков О.Ю., Яковлев С.С., Оценка стоимости бизнеса по направлению подготовки 38.03.01.62, Экономика, Учебное пособие для бакалавров, тема 5: Подходы к оценке стоимости бизнеса, ИСН, 2016, 176 с.:

նեսի արժեքի ստացմանը: Այս մոտեցման կիրառության դեպքում հաշվի է առնվում շինարարության արժեքը՝ ամորտիզացիայի հաշվառման ճանապարհով: Բիզնեսի գնահատման ծախսային մոտեցումը նպատակահարմար է կիրառել նյութատար և ֆոնդատար ձեռնարկությունների գնահատման ժամանակ կամ այն դեպքերում, երբ բիզնեսի գնահատման նպատակը դրա ապահովագրումն է: Այս մոտեցումը հաշվի է առնում՝

- արտադրատնտեսական գործոնների ազդեցությունը ակտիվների արժեքի վրա,
- տալիս է տեխնոլոգիական զարգացման գնահատականը,
- գնահատման արդյունքներն ավելի արժանահավատ են, քանի որ հիմնված են ֆինանսական և հաշվապահական հաշվառման փաստաթղթերի վրա:

Սակայն ծախսային մոտեցմանը բնորոշ են նաև որոշակի թերություններ, մասնավորապես՝

- արտացոլում է անցյալի արժեքը,
- չի ուսումնասիրում շուկայական իրավիճակը գնահատման պահին,
- հաշվի չի առնում զարգացման հեռանկարները,
- հաշվի չի առնում ձեռնարկատիրական գործունեության հնարավոր ռիսկերը,
- ստատիկ բնույթի գնահատում է,
- հաշվի չի առնում ձեռներեցի եկամուտների մակարդակը:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման ծախսային մոտեցման մեթոդներն են՝

- զուտ ակտիվների մեթոդ,
- իրացվելի արժեքի մեթոդ:<sup>8</sup>

Իրացվելի արժեքի մեթոդը ձեռնարկությունը դիտարկում է որպես հանրագումարային ակտիվների և իրացման ծախսերի տարբերություն:

Բիզնեսի արժեքի գնահատման շուկայական արժեքի զուտ ակտիվների մեթոդը բիզնեսի արժեքը դիտարկում է որպես ձեռնարկության բոլոր ակտիվների և պարտավորությունների շուկայական արժեքների հանրագումար:

*Համեմատական (շուկայական) մոտեցումը* կիրառվում է այն դեպքում, երբ գոյություն ունի գնահատվող բիզնեսին համապատասխան որոշակի շուկա: Ի տարբերություն ծախսային մոտեցման՝ այստեղ արժեքի հաշվարկը կատարվում է շուկայի տեղեկատվության հիման վրա՝ ուսումնասիրելով արտադրողների ու սպառողների ընթացիկ և ապագա վարքագիծը: Այս մեթոդի դեպքում բիզնեսը համեմատվում է շուկայում գործող համանման այլ ձեռնարկության հետ, որն ունի արժեք կամ ներկայացված է արժեթղթերի շուկայում:

Համեմատական մեթոդի առավելություններն են՝

- հիմնվում է իրական շուկայական տվյալների վրա,
- արտացոլում է առքուվաճառքի՝ գոյություն ունեցող փորձը,
- ուսումնասիրում է ճյուղային գործոնների ազդեցությունը արժեթղթերի գնի վրա,
- թույլ է տալիս գնահատել համեմատվող (սեփական) և բազիսային (մրցակից) ընկերությունները:

Չնայած բերված առավելություններին՝ համեմատական մոտեցումը

<sup>8</sup> Տե՛ս **Щербakov В.А., Щербакoвa Н.А.**, Оценка стоимости предприятия (бизнеса), Omega-Л, М., 2006, էջ 63-66:

զերծ չէ որոշակի թերություններից, մասնավորապես՝

- կիրառում է միայն երկրորդային տեղեկատվություն,
- առկա տեղեկատվության բազմակի վերամշակման անհրաժեշտություն է առաջանում,
- հաշվի չեն առնվում ներդրողի ապագա հետաքրքրությունները և սպասումները,
- արժանահավատ տվյալների դժվարամատչելիությունը:

Համեմատական մոտեցման մեթոդներն են՝

- շուկայական կապիտալի մեթոդ,
- պայմանագրային մեթոդ,
- ճյուղային գործակիցների մեթոդ:

Շուկայական կապիտալի մեթոդը (համեմատվող ձեռնարկության) կիրառելի է այն դեպքում, երբ ակտիվի արժեքը գնահատվում է նմանատիպ, համեմատելի իրացվելի ակտիվի արժեքի հիման վրա՝ օգտագործելով հասույթի, եկամտի, շահույթի հարաբերական գործակիցները: Սույն եղանակը լայն տարածում է գտել այնպիսի տնտեսություններում, որտեղ արժեթղթերի շուկաները էապես զարգացած են: Արժեթղթերի շուկաների գոյությունը հնարավորություն է տալիս գտնել գնահատվելիք կազմակերպության ոլորտում գործող և շուկայի կողմից գնանշված կազմակերպությունը: Գործակիցների գնահատումը կատարվում է երկու կազմակերպությունների միևնույն ցուցանիշների հարաբերությամբ: Համեմատվող ձեռնարկության՝ շուկայական բազմարկիչների մեթոդին կանդիդատներն առաջադրանքում, ինչպես նաև կդիտարկենք գործնական օրինակի գնահատման ժամանակ:

Պայմանագրային մեթոդը ցույց է տալիս հսկիչ փաթեթների (բաժնետոմսերի) ձեռք բերման հիման վրա բիզնեսի արժեքի աճի չափման գործընթացը: Գլխավոր տարբերությունը շուկայական կապիտալի մեթոդից այն է, որ առաջինը չափում է վերահսկիչ փաթեթի արժեքը, երկրորդը բիզնեսի արժեքի բազիս է համարում չվերահսկող մասը:

Ճյուղային գործակիցների մեթոդը թույլ է տալիս բիզնեսի արժեքը որոշել ճյուղային վիճակագրության հիման վրա ստացված գործակիցների միջոցով:

*Եզրակացություն:* Այսպիսով կարող ենք նշել, որ բիզնեսի գնահատումը տնտեսագիտության կարևոր ուղղություններից է, որը հնարավորություն է տալիս տարատեսակ մեթոդների կիրառությամբ իրականացնել բիզնեսի արժանահավատ արժեքի որոշում: Միաժամանակ պարզ է դառնում, որ արժանահավատ արժեքի որոշման և օբյեկտիվ գնահատական ստանալու տեսանկյունից ավելի նպատակահարմար է տարբեր մեթոդների կիրառությամբ ստացված արժեքների համադրումը և արժեքների միջակայքի սահմանումը:

*Գրականության ակնարկ:* Բիզնեսի արժեքի գնահատումը էական նշանակություն ունի ցանկացած բիզնեսի համար: Արևմտյան երկրներում այն բավականին կիրառական ուղղություն է, և համաշխարհային ճանաչում ունեցող խոշոր խորհրդատվական ընկերությունները զբաղվում են դրանով: Երկրորդ պլանով հաշվապահների ասոցիացիայի (ACCA) կողմից մշակվել են նաև գնահատման ստանդարտներ: Բիզնեսի գնահատման տեսական գրականության մեջ մեծ ներդրում ունի Նյու Յորքի համալսարանի Սթերնի բիզնեսի դպրոցի ֆինանսների պրոֆեսոր *Ա. Դամոդարանը*, ով ներդրումների և բիզնեսի գնահատման ուսումնասիրությամբ և մեթոդաբանական զարգացմամբ զբաղվել է դեռևս նախորդ դարի 90-ական թվականներից և նշյալ



ուղղությունը զարգացնում է մինչ օրս: ՀՀ-ում բիզնեսի արժեքի գնահատումը նոր ուղղություն է, որի ուսումնասիրությամբ զբաղվել է ՀՊՏՀ ասիստենտ, տ.գ.թ. Ա. Եղիազարյանը, ով 2013 թ. պաշտպանել է թեկնածուական ատենախոսություն «ՀՀ ծառայությունների ոլորտում բիզնեսի արժեքի գնահատման հիմնախնդիրները» թեմայով:

#### Օգտագործված գրականություն

1. «Բաժնետիրական ընկերությունների մասին» ՀՀ օրենք, հոդվածներ 17-26:
2. «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, հոդված 1:
3. Մեհրաբյան Լ.Ն., Չեռնարկատիրական իրավունք, Եր., 2015:
4. Бианкина А.О., Орехов В.И., Орехова Т.Р., Казенков О.Ю., Яковлев С.С., Оценка стоимости бизнеса, ИСН, 2016.
5. Щербakov В.А., Щербакoвa Н.А., Оценка стоимости предприятия (бизнеса), Omega-Л, М., 2006.
6. Thomas R., Benton E. Gup, The Valuation Handbook: Valuation Techniques from Today's Top Practitioners, 2009.

**БИНГЁЛ АМИРЯН**

*Аспирант кафедры коммерции и организации бизнеса АГЭУ*

**Экономическая концепция, цели и методы оценки бизнеса.** – В настоящее время каждый бизнес нуждается в оценке. Исходя из интересов бизнеса это может быть связано с внешними и внутренними факторами, а также с переходными процессами. Для того чтобы реалистично и объективно оценить стоимость бизнеса и определить справедливую рыночную стоимость, необходимо определить экономическую задачу, а также типы ценностей и прав, “подлежащих оценке”, и знать цель использования результатов.

В статье обсуждается экономическое содержание оценки бизнеса, практическая значимость и объем целей, а также основные подходы и методы.

**Ключевые слова:** *стоимость бизнеса, оценка бизнеса, субъекты оценки бизнеса, метод дисконтирования, оценка рыночной капитализации.*

JEL: E22, G12, R11

**BINGYOL AMIRYAN**

*PhD Student at the Chair of Commerce and Business Organization at ASUE*

**Economic Concept, Goals and Methods of Business Valuation.** – Nowadays any business has a different need for valuation based on its business' interests. This can be due to external and internal factors, as well as transitional processes. In order to make a realistic and objective assessment of the business value and determine a fair market value, it is necessary to define the economic task, and the types of valuables and rights to be assessed, and to know the purpose of using the results of the valuation. The paper discusses the economic content of business valuation, the practical significance of business valuation and the scope of objectives, as well as key approaches and methods.

**Key words:** *business value, business valuation, business valuation entities, discounting method, valuation of market capital.*

JEL: E22, G12, R11