

К. В. Максимов, аспирант, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, kosmosbest@gmail.com

Принятие решения об использовании облачных сервисов на основе оценки неосязаемых выгод и нормирования капитала

В данной статье рассматриваются вопросы использования облачных сервисов с учетом приобретения неосязаемых выгод в виде нематериальных активов. Выявляются различия в подходах к оценке деловой репутации компании и определяются оптимальные модели оценки облачных сервисов с учетом потребностей компании в нематериальных активах. Исследуются различные модели оценки эффективности применения облачных сервисов в компании. Разрабатывается модель по принятию решения о использовании облачных сервисов в период ограниченности средств путем нормирования капитала. Выявлены основные пункты в методике эффективного внедрения облачных сервисов в компании.

Ключевые слова: облачные сервисы, НМА, гудвилл, методы, модели, инвестиции, нормирование капитала.

Введение

Ввиду усиления роли инноваций в сфере информационных технологий, в том числе использования облачных сервисов в деятельности компании, особую значимость приобретает управление нематериальными активами и выбор оптимального инвестирования в проект [4]. Соответственно, актуальной становится оценка неосязаемых активов предприятия, а именно деловой репутации или гудвилла и влияние использования облачных сервисов на данный нематериальный актив. В то же время в период ограниченности капитала важным становится выбор проекта с максимальной отдачей для компании.

Методы и модели оценки деловой репутации

Деловая репутация, или гудвилл, — нематериальный актив (НМА), возникший в связи с приобретением предприятия как имуще-

ственного комплекса, стоимость которого определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения) [7]. Формирование положительной деловой репутации — залог конкурентоспособности и продолжительного динамичного развития. Деловая репутация становится необходимым орудием для упрочнения своих позиций на рынке труда и финансовом рынке. Высокая оценка (как количественная, так и качественная) гудвилла облегчает доступ к различным ресурсам (кредитным, материальным, финансовым, трудовым и т. д.), а также обеспечивает защиту во внешней среде. В связи с этим важно понять и оценить влияние использования облачных сервисов компанией на деловую репутацию. Особенно принципиальна