

Сазонова Анна Алексеевна

студентка

Нешпор Анастасия Николаевна

студентка

Пересмехин Александр Анатольевич

аспирант

Научный руководитель

Корнилова Анна Дмитриевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

г. Самара, Самарская область

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ И УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА

***Аннотация:** в статье проведен анализ процесса оценки и управления стоимостью, который направлен на установление денежной величины объекта в соответствии с влияющими на неё факторами в определенный момент времени в условиях конкретного рынка.*

***Ключевые слова:** стоимость бизнеса, предприятие, доход, экономика, рынок, максимизация прибыли, стоимость активов, доходный подход, рыночный подход.*

Определение стоимости бизнеса является важным элементом управления любым предприятием. Менеджеры оценивают стоимость бизнеса не только для продажи предприятия, но и для определения текущей стоимости и разработки стратегии его дальнейшего развития. Оценка бизнеса может быть проведена, например, при покупке или продаже компании, при привлечении инвестиций, при определении налоговых обязательств и в других сделках, связанных с активами компании [1, с. 22].

Оценка и управление стоимостью бизнеса – сложный и многогранный процесс, требующий профессионализма, опыта и знаний. В этой статье мы

рассмотрим основные инструменты и методы, которые необходимы для оценки и управления стоимостью бизнеса. От правильного использования этих методов зависит дальнейшая жизнеспособность и успех бизнеса на рынке.

Следует начать с того, что существуют разные виды стоимости в зависимости от сложившихся ситуаций на момент оценки. Для покупки и продажи выделяют рыночную стоимость, для привлечения инвестиций – инвестиционную, для оценки активов – текущую, а при экстренном закрытии – ликвидационную.

Основной целью оценки бизнеса является определение рыночной стоимости компании и ее атрибутов – активов, долга и возможной прибыли. Оценка бизнеса может проводиться различными методами, в зависимости от конкретной ситуации.

Теоретически существует несколько инструментов для оценки стоимости бизнеса:

1. Стоимость активов – это подход, основанный на оценке рыночной стоимости всех активов компании, включая недвижимость, оборудование, товарно-материальные запасы, права интеллектуальной собственности и т. д. Прибыль, полученная от продажи этих активов, прибавляется к этой стоимости, а долг компании вычитается. Этот подход подходит для оценки компаний, занятых в отраслях, требующих значительных капиталовложений, таких как производственные компании.

2. Доходный подход – это подход, основанный на оценке будущих денежных потоков компании. Он используется для оценки компаний, которые сохраняли прибыльность в течение определенного периода времени. Суть подхода заключается в том, чтобы определить будущие доходы компании, сбалансировать их с расходами и себестоимостью и получить текущую величину этих денежных потоков.

3. Рыночный подход – это подход, основанный на анализе продаж и оценок других компаний отрасли. Он основан на анализе цен, которые покупатели готовы заплатить за акции компании на открытом рынке. Такой подход более

экономически оправдан, поскольку цена акций может меняться в зависимости от спроса на них.

4. Метод дисконтированных денежных потоков – подойдет для стартапов с быстрым ростом и минимальным доходом. Для расчета необходимо взять сумму свободного денежного потока за будущие периоды и учесть риски. Тем не менее предугадать точную выручку невозможно, так как со временем она может вырасти или наоборот упасть, поэтому стоимость бизнеса может быть завышена. Исходя из этого, данным методом определяется, как правило «потолок», а не точная цена.

На практике для оценки стоимости бизнеса часто используется несколько инструментов одновременно. Решение о применении того или иного метода оценки должно приниматься в зависимости от характеристик компании, ее бизнес-модели и отрасли, в которой она работает.

Выбор подхода к оценке затрат зависит от целей и задач оценки. Например, при оценке стоимости предприятия, которое в настоящее время не является прибыльным, более уместно использовать затратный подход. При оценке крупных компаний с высокой рыночной капитализацией часто используются рыночные, достаточно прибыльные подходы. В любом случае выбор метода и инструментов для оценки стоимости каждый раз должен быть адаптирован к конкретной отрасли, бизнес-модели компании и многим другим факторам.

При оценке стоимости бизнеса также необходимо учитывать ряд факторов, влияющих на стоимость компании. К ним могут относиться факторы внутренней и внешней среды, такие как уровень конкуренции на рынке, позиция компании на рынке, структура рынка, экономические условия, уровень управления компанией, отраслевые характеристики и т.д. [2, с. 87].

Оценка бизнеса является важным инструментом для многих деловых операций. Это позволяет компаниям определять реальную стоимость своего бизнеса, а покупателям и инвесторам – справедливую цену за актив, что, в свою очередь, помогает принимать более взвешенные решения.

Управление стоимостью бизнеса – это процесс планирования и управления финансовой стоимостью бизнеса с целью создания максимальной ценности для акционеров и заинтересованных сторон. Он использует набор методов и техник для управления финансовыми, операционными и стратегическими аспектами деятельности компании, направленными на повышение ее стоимости.

Цель управления стоимостью заключается в создании максимальной стоимости для компании и ее акционеров. Простыми словами, управление стоимостью направлено на максимизацию прибыли и снижение издержек, что, в свою очередь, позволяет повысить оценку компании.

Для достижения целей управления стоимостью необходимо принимать решения по ряду компонентов, таких как:

1. Финансовые аспекты, которые включают в себя управление капиталом компании, управление затратами и прибыльностью. Это может включать оптимизацию бухгалтерского баланса, оптимизацию расходов на финансирование.

2. Операционные аспекты, которые включают управление бизнес-процессами, оптимизацию использования ресурсов и повышение операционной эффективности.

3. Стратегические аспекты, которые влияют как на краткосрочные, так и на долгосрочные цели компании, определение ее миссии, разработку стратегии и выбор бизнес-моделей.

4. Маркетинговые аспекты, которые включают в себя управление ценовой политикой, управление маркетинговой стратегией и позиционирование продукции компании на рынке.

Для управления стоимостью компании могут использоваться различные инструменты и методы, например SWOT-анализ, анализ отрасли и конкурентов, анализ финансовой отчетности, анализ рыночной стоимости, анализ стоимости жизненного цикла продукта и так далее.

В целом, управление стоимостью – это комплексный подход к управлению бизнесом, который позволяет компании эффективно использовать свои ресурсы и выбирать наиболее выгодные стратегии для максимизации своей стоимости.

Основными задачами управления стоимостью бизнеса являются:

- увеличение рентабельности;
- повышение эффективности использования ресурсов;
- минимизация затрат;
- повышение качества продукции и услуг;
- повышение конкурентоспособности на рынке [3, с. 49].

Управление стоимостью бизнеса является важной составляющей успешного развития любого предприятия, а именно – позволяет управлять имуществом и использовать его наиболее эффективно, добиваясь максимального роста стоимости бизнеса и повышения его конкурентоспособности.

В результате обобщения опыта экспертов-оценщиков были сформулированы основные принципы оценки стоимости. Выделяют три группы принципов.

1. Принципы, связанные с представлением владельца об имуществе. В эту группу входят принцип полезности, принцип замещения и принцип ожидания.

2. Принципы, связанные с рыночной средой, включают в себя: зависимость, соответствие, конкуренцию, изменение, предложение и спрос.

3. Принципы, связанные с эксплуатацией имущества [4, с. 34].

Для того чтобы повысить стоимость компании необходимо воспользоваться инструментами управления стоимостью, которые используются непосредственно для увеличения стоимости и улучшения финансовых показателей. Такие инструменты включают в себя: реорганизацию бизнеса и реструктуризация производства, повышение ценности имущественного комплекса компании, реализация инновационных проектов, патентование результатов и т. д. Все инструменты взаимосвязаны между собой и при правильно подобранной стратегии можно добиться их скоординированной работы [5, с. 145].

Реорганизация бизнеса и реструктуризация производства помогают компании увеличить прибыльность и снизить затраты, а также повысить эффективность. Для проведения реорганизации бизнеса придется изменить организационную структуру компании, провести ряд мероприятий по оптимизации бизнес-процессов, а также пересмотреть стратегию компании и провести ребрендинг.

Реструктуризация производства представляет собой процесс структурных изменений с целью повышения эффективности, совершенствования системы управления и снижения затрат. Такой процесс включает пересмотр производственной линии и структуры затрат, внедрение новых технологий, изменение методов производства.

Повышение ценности имущественного комплекса компании – процесс, который направлен на увеличение стоимости всех активов компании. Это важная часть стратегии компании для привлечения инвесторов и увеличения её ценности. Используя повышение ценности имущественного комплекса, непосредственно как инструмент повышения стоимости компании, необходимо рассмотреть более эффективные стратегии управления активами с целью снижения издержек и повышения дохода.

Так же важными инструментами управления стоимостью компании являются реализация инновационных проектов и патентование результатов.

Инновационные проекты помогают компании выйти на новый уровень и делают её готовой к конкуренции на рынке. Для реализации таких проектов требуется проведение исследований и разработка новых продуктов, услуг и технологий. Патентование результатов в свою очередь защищает инновации компании и делает их недоступными для конкурентов.

Рассмотрим оценку стоимости бизнеса на примере конкретной российской компании, как поменялась оценка и что на это повлияло. В качестве примера используем компанию Альфа-Банк. В 2021 году банк активно развивался, внедрялись новые продукты и услуги, тем самым укрепляя позиции на рынке. В результате увеличилась доходность акций, выросли объемы продаж и выручка. За рассматриваемый период банку также удалось повысить эффективность работы. Эти факторы оказали положительное влияние на оценку компании. В соответствии с данными экспертов-оценщиков за 2021 год стоимость компании составила 51 миллиардов долларов. Альфа-Банк также продолжал развиваться и в 2022 году, однако из-за усиления регулирования банковской отрасли и нестабильной политической ситуации в России, оценка компании снизилась и по

данным последней оценки на 2022 год стоимость компании составила 49 миллиардов долларов. Можно сделать вывод, что на оценку стоимости компании влияет большое количество факторов, включая экономическую и политическую ситуацию, эффективность работы, использование новых технологий и конкуренцию.

Таким образом, проведение оценки стоимости играет огромную роль в определении слабых мест бизнеса и оперативной работы над ними. В результате проведения оценки можно повысить доход и оборот, а также стать более конкурентноспособными в глазах покупателей и инвесторов. Даже самый выгодный бизнес не сможет полноценно функционировать и расширяться без качественной оценки.

Список литературы

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса / С.В. Валдайцев. – М.: ТК Велби; Проспект, 2008. – 576 с. EDN QSFCNF
2. Мерсер З.К. Интегрированная теория оценки бизнеса / З.К. Мерсер, Т.У. Хармс. – М.: Маросейка, 2008. – 288 с. EDN QSRZQH
3. Касьяненко Т.Г. Оценка стоимости бизнеса: учебник для бакалавров / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М.: Юрайт, 2014. – 411 с. EDN TUZZYV
4. Кошкина В.И. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): учебник / В.И. Кошкина. – М.: Экмос, 2002.
5. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Спиридонова. – М.: Юрайт, 2016. – 299 с. EDN VTWJJJ