

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ (БИЗНЕСА)

Кожукалова О.Ю., к.э.н., доцент

Ван Юйцин, магистрант

Московский педагогический государственный университет

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению теоретико-прикладных аспектов эффективного управления стоимостью компании (бизнеса). В том числе стандартов управления стоимостью бизнеса (компании), классификации факторов, влияющих на величину его стоимости, подходам к оценке стоимости бизнеса (компании).

Ключевые слова: стоимость, стоимость бизнеса, оценка стоимости бизнеса, затратный подход к управлению бизнесом, доходный подход к управлению бизнесом, сравнительный подход к управлению бизнесом.

Theoretical and applied aspects of effective management of company (business) value

Wang Yuqing, Master

Moscow Pedagogical State University

Summary. The article is devoted to consideration of theoretical and applied aspects of effective management of company (business) value, including standards of business (company) cost management, classification of factors affecting its value, approaches to estimation of business (company) cost.

Key words: cost, business cost, business estimation of cost, expensive approach to business management, profitable approach to business management, comparative approach to business management.

Востребованность оценки стоимости бизнеса возникает при поиске проблемных точек и благоприятных направлений развития, выборе

оптимальной модели управления, построения стратегии и выявления основных показателей эффективности бизнеса [1].

В России профессиональная оценочная деятельность регулируется Федеральным законом от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [2]. Деятельность оценщика направлена на установление рыночной, кадастровой или иной стоимости.

Оценка бизнеса близка стратегическому менеджменту, инструменту стратегического развития, так как при оценке учитываются перспективы развития экономического субъекта, напрямую связанные с менеджментом в компании, в том числе с четкостью, полнотой, измеримостью целей, своевременностью их корректировки. Таким образом, стоимость бизнеса и менеджмент в компании взаимообусловлены. В последние годы и в российскую практику управления компаниями начала активно внедряться распространенная на Западе концепция менеджмента – управление стоимостью компаний (Value based management VBM, ценностно-ориентированный менеджмент) [3].

Наиболее конкурентоспособными предприятиями и компаниями, как правило, являются те, в которых главным критерием оценки качества управленческого решения служит последующее повышение стоимости бизнеса [4].

Принимаемой при оценке бизнеса посылкой является допущение о действующей компании, в противоположность допущению о ликвидации компании. Это позволяет определять рыночную стоимость компании выше ликвидационной.

Оцениваемые объекты, в соответствии со спецификой оценки, распределяются по четырем типам собственности – недвижимое и движимое имущество, объекты нематериальной собственности, объекты бизнеса. Международный Совет по стандартам оценки МССО принял следующие международные стандарты оценки МСО, вступившие в действие с 2011 года [5].

В соответствии с Международными стандартами оценки, «цена – это денежная сумма, запрашиваемая, предлагаемая или уплачиваемая за актив. В силу конкретных финансовых возможностей, мотивов или особых интересов данного покупателя или продавца, уплаченная цена может отличаться от стоимости, которую другие лица могут приписывать активу.

Затраты представляют собой сумму, необходимую для приобретения или создания актива. Когда актив уже был приобретен или создан, затраты на него становятся фактом. Цена взаимосвязана с затратами, поскольку уплаченная за актив цена становится затратами покупателя на него.

Стоимость не является фактом, а мнением о:

- наиболее вероятной цене, которая была бы заплаченной за актив при его обмене,

или

- экономических выгодах от владения активом» [5].

На величину стоимости бизнеса влияют макроэкономические, отраслевые и внутренние микроэкономические факторы.

Макроэкономические факторы – факторы, связанные с общей конъюнктурой рынка (темп роста национальной экономики, налоги, пошлины, динамика курса валют, инфляция, индексы цен, безработица, уровень и условия оплаты труда, потребность в имущественных объектах, развитие внешнеэкономической деятельности, прозрачность законодательства и т.д.).

Отраслевые факторы – факторы, характеризующие состояние отдельной отрасли (темп роста отрасли, доля компании в отрасли, уровень конкуренции, порог входа в бизнес, платежеспособность будущих покупателей, расстояние до ближайшего рынка сбыта и т.д.).

Внутренние микроэкономические – факторы, характеризующие объективные параметры конкретных сделок, которые можно сгруппировать следующим образом:

- нематериальные факторы (популярность товарного знака, деловая репутация компании, кредитная история и отношение с поставщиками);

- финансовые факторы (рентабельность бизнеса и окупаемость вложений);

- хозяйственные факторы (размер материальных активов, качество продукции, доступность сырьевой базы, уровень подготовки и мотивации сотрудников).

При оценке вышеуказанных факторов, влияющих на стоимость компании, необходимо учитывать длительность прогнозного периода, темп роста доходов, денежные потоки, дивиденды, выручку от перепродажи, ставку дисконтирования [6].

Для максимизации стоимости бизнеса необходимо оптимизировать каждый фактор стоимости на различных уровнях (компания в целом, департаменты, отделы, секторы и т.д.) и в разных функциональных блоках (персонал, финансы, маркетинг, инновации и т.д.) [4].

Хотелось бы подчеркнуть, что к оценке стоимости бизнеса применяются три подхода – доходный, затратный и сравнительный, каждый из которых имеет свои достоинства и недостатки.

Сравнительный метод целесообразен при наличии активного финансового рынка, доступности финансовой информации и наличия служб, накапливающих ценовую и финансовую информацию. Затратный подход применяется, если оценивается предприятие в целом, если имеются ретроспективные данные о прибылях, если предприятие владеет значительными материальными активами, если предприятие ликвидируется. Доходный подход к оценке стоимости бизнеса основывается на методах капитализации дохода и анализе дисконтированного денежного потока [7].

Следует добавить, что для оценки бизнеса в кризисных условиях оценщику следует выделять основополагающие критерии, значительным образом влияющие на итоговую рыночную стоимость объектов оценки, к которым можно отнести: период экспозиции объектов оценки, ликвидность, скидка на торг в период кризиса, ставка капитализации и т.д.

В итоге хотелось бы подчеркнуть необходимость согласования полученных тремя подходами оценок. В частности, в отчете об оценке необходимо обосновать выбор использованных весов, которые были присвоены результатам, полученным при применении различных подходов к оценке, или разным методам в рамках отдельного подхода.

Литература:

1. Долганова Е.О. Необходимость оценки стоимости бизнеса в современном обществе // Сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 ч. «Роль и значение современной науки и техники для развития общества». 2017. С. 64-67.

2. Об оценочной деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.07.1998 № 135-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19586/ (дата обращения 15.01.2020).

3. Вожик С.В. Разработка методов оценки стоимости компании для принятия стратегических решений. Автореферат дисс. на к.э.н. 08.00.10. Нижегородский гос.университет им Н.И.Лобачевского. 2015. 26 с.

4. Рейнгольд Е.А. Стоимость бизнеса и стратегия развития компании : основные принципы построения интегрированной системы / Е.А. Рейнгольд, Ю.И. Черный. – Москва: Международная академия оценки и консалтинга, 2014. – 214 с. – ISBN 978-5-98597-138-5. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/51165.html> (дата обращения 15.01.2020).

5. Международные стандарты оценки. URL: https://smao.ru/files/dok_novosti/2013/perevod_mco.pdf (дата обращения 15.01.2020).

6. Верзух Э. Управление проектами: Ускоренный курс по программе MBA-учебник. Перевод с английского – М.: ИД «Вильямс». 2010. – 480 с.

7. Семенов Н.С. Методы оценки стоимости бизнеса // Актуальные вопросы науки. 2017. № 30. С. 58-60.