

Роль оценки стоимости в инвестировании бизнеса

Авершин Андрей Алексеевич

студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: aaa298@yandex.ru

1. Один из основных методов оценки основывается на подсчете будущих прибылей бизнеса. В таком случае, стоимость бизнеса рассчитывается как чистая будущая дисконтированная прибыль нарастающим итогом в сумме со стоимостью всех ее активов. Данная схема достаточно универсальна, но довольно жестко определяет максимум, по которому можно продать предприятие. Кроме того, оценка осуществляется на конкретный период, следовательно, может оказаться заниженной, если предприятие просто не успеет «набрать обороты». Неизбежно встает вопрос об инвестиционном маркетинге, о методах добавления стоимости.
2. В России еще недостаточно развит рынок купли-продажи целых бизнесов «под ключ». Поэтому проще и выгоднее всего продавать компанию профильному инвестору, т.е. инвестору, у которого уже есть собственный аналогичный бизнес, и который по этой причине заинтересован именно в данном бизнесе.
3. Любые методы имеют свои ограничения. Некоторые из ограничений традиционных методов оценки может обойти опционный подход. Понятие «опцион» в данном ключе рассматривается как возможность руководства принять то или иное решение, исходя из будущих условий внешней окружающей среды.
4. Определенные сложности вызывает оценка земельных участков. Этот актив обладает рядом специфических особенностей, например: возможность неограниченного использования во времени (т.е. отсутствие устаревания); активная политика государства по отношению к данному активу; очень широкий спектр возможных форм использования, и так далее.
5. В бухгалтерском учете величина приобретенной деловой репутации предприятия отражается как разница между суммой, уплаченной покупателем, и стоимостью активов по бухгалтерскому балансу. Это формальный подход. Проблема заключается в определении реальной стоимости гудвилла. Другие нематериальные активы, такие как, патенты, ноу-хау, авторские права, в той или иной степени могут быть «осязаемы» и посчитаны (например, стоимость приобретения у предыдущего хозяина или прирост прибыли после внедрения новой запатентованной технологии). Кроме того, встает вопрос, что считать за гудвилл, и при каких условиях он возникает.
6. Повсеместно используемый расчетный период окупаемости инвестиций (число лет для полного возмещения затрат на вложение) не учитывает доходы, получаемые после момента окупаемости. Во-вторых, срок окупаемости портфельных инвестиций нельзя рассчитывать, как среднюю величину.
7. В целом, при абсолютной практической направленности оценочной деятельности и ее широчайшем применении, так и не удастся избежать и разрешить многих спорных и «скользких» моментов, которые возникают из-за специфики той или иной компании, особенностей страны (или даже стран), местонахождения компании и целей проведения оценки.

Литература

1. Грязнова А.Г., Федотова М.А., Ленская С.А. (2006) Оценка бизнеса / М.: Финансы и статистика, 2006
2. Валдайцев С.В. (2004) Оценка бизнеса / М.: Проспект, 2004
3. Мокров А.В. Инвестиционный маркетинг: новые подходы к оценке стоимости бизнеса // <http://www.marcs.ru/>