### Основные подходы и методы оценки стоимости бизнеса

Существует три метода оценки бизнеса. Каждый из них имеет собственный алгоритм расчета, который в конечном итоге позволяет вывести стоимость компании на конкретную дату. Делая выбор в пользу того или итого метода, эксперт прежде всего смотрит на характеристики предприятия и его специфику.

1. **Доходный подход к оценке бизнеса**. Здесь в основе — доходы предприятия. Именно от них зависит, сколько в итоге будет стоить объект: чем больше денег приносит компания, тем выше ее цена. Эксперт оценивает, сколько сейчас «стоит доход», который в будущем сможет получить собственник в случае успешной работы компании или продажи, а также экономические риски, с которыми сопряжен этот процесс.

***К сведению***Именно доходный подход применяют в случае, когда причиной оценки бизнеса стало желание продать компанию или, напротив, внедрить новые инвестиционные проекты. Реальность такова, что любого инвестора или потенциального покупателя в конечном итоге интересует не здание, напичканное оборудованием, которое производит раскрученный и узнаваемый продукт, а объем дохода, который он получит, когда вложит деньги в развитие или покупку активов. Доход определяет прибыль, эффективность бизнеса и благосостояние его владельца.

К текущей стоимости будущие доходы приводят разными способами. Зависит это от метода, выбранного оценщиком. В доходном подходе их три:

* **Метод прямой капитализации.** Рыночную стоимость бизнеса оценивают по формуле V=D/R, где D — чистый годовой доход компании, R — коэффициент капитализации. Уже из формулы ясно, что для расчета требуется знать размер дохода на отрезок времени вперед. Метод подходит для компаний, которые демонстрируют стабильный и предсказуемый рост, причем есть уверенность, что рентабельность будет сохранена и в дальнейшем.
* **Метод дисконтирования предполагаемых денежных потоков доходов.** В этом случае эксперт производит дисконтирование будущего потока по ставке дисконта. В основе метода — экономический факт, что сумма денег, которая есть сейчас, реально стоит больше, чем такая же сумма денег в будущем. Причин тому несколько — начиная от инфляции и заканчивая форс-мажором. Эксперт, который производит оценку, должен оценить будущие потоки и верно рассчитать ставку дисконта.
Дисконтирование часто используют в случаях, когда есть основание думать, что прибыль компании через промежуток времени будет отличаться от текущей. Другой случай: когда денежные потоки имеют сезонный характер. Метод эффективен и для оценки крупных многофункциональных коммерческих объектов.

Доходный подход на практике применяют часто. Однако он не является единственно верным. Для того чтобы получить максимально точный результат, имеет смысл применить и прочие подходы в оценке бизнеса.

2. **Затратный подход к оценке бизнеса**. Предприятие рассматривают с позиции понесенных издержек. В основе — тот факт, что балансовая стоимость активов не соответствует рыночной. Это порождает необходимость скорректировать баланс. Данный метод применяют в случаях, когда бизнес не приносит стабильных доходов. Например, предприятие недавно образовано либо находится на этапе ликвидации. Эксперты определяют рыночную стоимость каждого актива в отдельности, а затем из суммы активов вычитают величину обязательств компании. Так получается собственный капитал. Этот подход позволяет рассчитать наиболее эффективный метод использования земельных участков и оценить незавершенное строительство. Затратный подход к оценке бизнеса включает три метода:

* **Метод чистых активов.** Эксперты определяют рыночную стоимость активов компании, а затем вычитают величину ее обязательств. Корректировки вносят не в доходы и расходы компании, а в статьи бухгалтерского баланса.
* **Метод ликвидационной стоимости.** В этом случае рассчитывают сумму, которую собственник получит, если ликвидирует предприятие и распродаст активы по-отдельности. Здесь уже гудвилл не учитывают, зато учитываются затраты на демонтаж, комиссионные выплаты посредникам, налоги на имущественную продажу и ряд других расходов.

3. **Сравнительный подход к оценке бизнеса**. В основу расчетов оценщик закладывает информацию о компаниях, аналогичных той, которая подлежит оценке. Насколько точно будет установлена стоимость, напрямую зависит от достоверности сведений о конкурентах. Стоимость предприятия ориентирована на сумму, за которую можно продать аналогичную фирму, которая уже есть на рынке. Подход используют редко, поскольку найти две совершенно одинаковые компании на рынке затруднительно.

Тем не менее теория описывает три метода, которые лежат в основе сравнительного подхода к оценке бизнеса:

* **Метод рынка капитала.** В основе — цены, сформированные на фондовом рынке. Рассчитывая стоимость акций предприятия, оценщик ориентируется на стоимость одной акции компании-аналога.
* **Метод сделок. Аналогичен предыдущему.** Разница в том, что исследованию подлежит цена не одной акции, а в целом контрольного пакета.
* **Метод отраслевых коэффициентов.** Эксперты рассчитывают соотношение между стоимостью бизнеса и комплексом финансовых параметров. В этом случае требуется информация о том, на каких условиях были проданы предприятия с определенными финансово-производственными показателями. Речь идет о длительном наблюдении, которое в итоге позволяет выработать довольно простые формулы для оценки активов компании. Коэффициенты универсальны и зависят в большинстве своем лишь от специфики отрасли. Например, цена АЗС сопоставима с величиной выручки за 1,5–2 месяца. Агентство рекламы целесообразно продать за сумму полугодового дохода и т.д