

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

И.В. СМИРНОВ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
ул. П. Бровки, 6, г. Минск, 220013, Республика Беларусь
smirnoviv@bsuir.by*

На современном этапе развития интернет - бизнеса основным вопросом экономического анализа деятельности интернет - компаний является оценка стоимости их активов. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование и изменение стоимости предприятий в области интернет – бизнеса современной экономической наукой определены не достаточно объективно. Оценка стоимости бизнеса играет существенную роль при выборе маркетинговой стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: оценка стоимости бизнеса, интернет-компания, методы оценки стоимости предприятия.

Изменения, происходящие в структуре высокотехнологических отраслей, оказывают воздействие не только на развитие отраслей, и на экономическую среду в целом. Развитие электронной коммерции вызывает изменения во взаимоотношениях производителей и потребителей различных продуктов и услуг. Это не может не повлечь за собой существенных изменений в подходах к оценке стоимости интернет-компаний.

Обобщающим показателем оценки эффективности функционирования интернет-компаний считается достигнутая компанией рыночная стоимость. Ее часто называют оценкой стоимости бизнеса. Этот обобщающий показатель призван характеризовать реальное экономическое и финансовое состояние предприятия, а также отражать динамику изменения его стоимости. По своему существу это обобщающий показатель, который отражает реально достигнутый по состоянию на определенный период уровень эффективности функционирования предприятия (компания). Большинство интернет-компаний являются убыточными, но одновременно являются лидерами по темпам роста стоимости акций. В течение сравнительно коротких периодов эта стоимость акций может возрасти в 100 раз, что обусловлено чрезмерно большими ожиданиями инвесторов. Многие инвесторы оценивают бизнес интернет-компаний исходя не из объема получаемой прибыли, а из роста их товарооборота. В стоимость компаний инвесторы вкладывают ожидание многократного роста их оборота уже в ближайшие годы.

Для оценки стоимости бизнеса могут быть использованы три основных подхода: доходный, рыночный и затратный. В случае использования любого из названных подходов необходимо предварительно определить длительность прогнозируемого периода или, период планирования. Доходный подход к оценке бизнеса — это способ определения стоимости предприятия или его собственного капитала, в рамках которого используется один или несколько методов, основывающихся на пересчете прогнозируемых доходов. При этом предполагается, что стоимость бизнеса равна текущей стоимости будущих доходов от владения предприятием. Рыночный подход — это общий способ определения стоимости предприятия или его собственного капитала, в рамках которого используется один или более методов, основанных на сравнении данного предприятия с аналогичными ранее проданными компаниями. Иначе говоря, метод заключается в том, что стоимостная оценка компании получается в результате проведения анализа прежде имевших место продаж аналогичных компаний или ценных бумаг открытых акционерных обществ. В ряде литературных источников этот метод именуется методом

сравнительной оценки стоимости предприятий. Затратный подход (на основе стоимости активов) – это общий способ определения стоимости предприятия или его собственного капитала, в рамках которого используется один или более методов, основанных непосредственно на исчислении стоимости активов предприятия за вычетом обязательств. В случае использования этого метода к оценке стоимости бизнеса привлекаются специалисты по оценке недвижимости, оборудования, различных машин, агрегатов и других активов.

Наиболее обоснованный, в современных условиях, метод для оценки стоимости интернет – компаний это методы оценки бизнеса в рамках сравнительного подхода. Суть этого подхода состоит в определении стоимости бизнеса посредством выбора и сравнения с компанией-аналогом, которая недавно была продана. На основе полученной информации рассчитывается соотношение между ценой и выбранным главным финансовым показателем по предприятию аналогу. Это соотношение принято называть мультипликатором. Умножив величину полученного мультипликатора на тот же выбранный базовый финансовый показатель, получают стоимость искомого предприятия.

В зависимости от выбранных целей, объекта оценки и конкретных условий в составе сравнительного подхода выделяют три основных метода: 1) Метод компании-аналога (или рынка капитала); 2) Метод сделок (или продаж); 3) Метод отраслевых коэффициентов (или отраслевых соотношений).

Метод компании-аналога (или рынка капиталов) базируется на использовании цен, которые сформировались на открытом фондовом рынке. Базой для сравнения служит цена на единичную акцию открытого акционерного общества. Следовательно, в чистом виде этот метод используется для оценки миноритарного (неконтролируемого) пакета акций. Метод сделок предусматривает ориентирование на цену приобретения предприятия в целом или контрольного пакета акций. Поэтому он в наибольшей мере отвечает требованию получения комплексной оценки бизнеса или контрольного пакета акций. Метод отраслевых коэффициентов (или отраслевых соотношений) предусматривает использование рекомендуемых соотношений между ценой и определенными финансовыми коэффициентами (показателями). Отраслевые коэффициенты определяются путем соответствующей обработки собранных длительных статистических наблюдений специальными институтами, следящими за ценами продаж компаний и их важнейшими финансовыми показателями. На основе обобщенных оценок могут быть получены простые формулы определения стоимости оцениваемого предприятия.

На основе указанных подходов разрабатываются методики оценки стоимости бизнеса, позволяющие учитывать разносторонние особенности бизнеса и наличия необходимой для оценки информации. В итоге рассчитывается некоторая величина рыночной стоимости компании либо имущественного комплекса.