

image not found or type unknown



Важной и неотъемлемой частью современной рыночной экономики является бизнес. В разные времена и в разных странах для его обозначения были придуманы различные термины («коммерция», «гешефт», «предпринимательство»). Термин «бизнес» появился в экономике США. А в послевоенные годы (после второй мировой войны) широко распространился в Европе. В странах бывшего социалистического содружества он распространился в связи с переходом от плановой административно-командной экономики к рынку.

### Определение 1

Бизнесом называется любой вид разрешенной действующим законодательством деятельности, который направлен на получение прибыли посредством использования имущества, выполнения работ, предоставлением услуг, выпуском и реализацией различного рода продукции для удовлетворения спроса потребителей.

Начиналось все с проявления частной инициативы по удовлетворению спроса населения. Каждый предприниматель принимал управленческое решение на свой страх и риск. Его конечной целью было не столько удовлетворить потребительский спрос, сколько получить максимальную прибыль.

В свое время К. Маркс писал, что нет такого преступления, на которое не пошел бы буржуа ради 200% прибыли. С тех пор ситуация несколько изменилась. Государство принимает участие в регулировании экономических процессов посредством соответствующего законодательства. Но бизнес продолжает оставаться структурным подразделением мирового хозяйства. Он охватывает производство, коммерческую и финансовую сферы. Его условно делят на крупный, средний и мелкий. Критериями служат масштабы деятельности, объемы и характер производимых товаров, доля на рынке. Благодаря мелкому бизнесу (самому массовому) создается большое количество рабочих мест и удовлетворяются мелкие потребности населения.

### **Оценка бизнеса - необходимое условие рыночных отношений**

### Определение 2

Под оценкой бизнеса понимают сложную систему определения и расчета денежного выражения стоимости бизнеса на определенную дату.

Это очень сложный вид деятельности. Он производится профессиональными оценщиками. Данная категория людей обладает специальными знаниями и навыками. Они, как правило, являются сотрудниками специализированных фирм (оценочных, аудиторских, страховых контор, банков и т.п.). Для осуществления своей деятельности оценщики должны иметь знания в области права, бухгалтерского учета. Кроме того специалисты-оценщики должны разбираться в финансовом анализе, в вопросах макро- и микроэкономики.

На оценку бизнеса оказывают влияние следующие обстоятельства:

- размеры доходов, которые приносит данный бизнес (предприятие);
- риски, с которыми сопряжено получение данного дохода;
- усредненные показатели доходности подобных объектов на рынке;
- структура и состояние активов оцениваемого объекта;
- общая экономическая и политическая ситуация.

#### Замечание 1

Важным моментом, делающим процесс оценки бизнеса необходимым, является то, что любой бизнес может стать предметом купли-продажи, залога, ликвидации или инвестиции. Поэтому необходимо определить стоимость бизнеса для каждого из указанных процессов.

#### **Проблемы, возникающие при оценке бизнеса**

Принцип любой операции купли-продажи был сформулирован еще в древние века. Он гласил, что каждый хочет продать подороже, а купить подешевле. Истина отнюдь не нова. Но она стала одной из главных универсальных проблем оценки бизнеса. Ее так описал выдающийся американский экономист Гэри Аллен: «Все продавцы желают получить несоразмерно большую цену за свой бизнес (не зависимо от того, какая цена определена оценщиками на основе данных отчетности и документов компании). Все покупатели, в свою очередь, считают цену компании непомерно завышенной, Поэтому они стараются сбить ее при первой же возможности».

Но помимо этой существуют и другие проблемы. Исследуя тенденции как мирового, так и отечественного рынков, специалисты выделяют следующие

проблемы:

- перекос финансовых показателей компании;
- финансовые показатели анализируют следствия а не причины;
- анализ нефинансовых показателей используется для управления персоналом;
- нефинансовые показатели анализируются нерегулярно;
- финансовые показатели более инерционны, чем нефинансовые;
- западные теории управления не всегда пригодны к российской среде (менталитету населения);
- несоответствие методик и теорий реальным масштабам бизнеса (предприятий);
- обилие формальных отчетов и излишних форм контроля (излишняя бюрократия).

Сама процедура оценки должна быть простой, наглядной, обоснованной, периодичной и иметь хорошее информационное обеспечение. В оценке бизнеса применяют такие подходы, как затратный, сравнительный и доходный. Затратный подход рассматривает вопросы, связанные с оценкой имущества предприятия. Проблема при этом заключается в правильности ведения документации и в полноте учета имущества. В нынешних условиях возможны случаи сокрытия части имущества фирмы или регистрация его на других лиц. Это не позволяет составить правильную оценку имущества фирмы. недобросовестные собственники бизнеса могут умышленно снизить показатель затратности предприятия с целью повысить его цену.

Сравнительный метод позволяет рассматривать бизнес в сравнении с аналогичными фирмами и предприятиями. Применение данного метода сталкивается с проблемой наличия объективной информации по обоим сравниваемым объектам. Вся информация должна быть открытой и доступной.

Доходный метод оценки предполагает учет и прогноз денежных потоков. Особенно важным аспектом здесь выступает возможность прогнозирования изменения доходности бизнеса в будущем. Если прогнозируемая прибыль будет расти, то, соответственно, будет увеличиваться и цена данного бизнеса. В данной ситуации, как уже упоминалось выше, собственник бизнеса (продавец) будет демонстрировать все выгоды перспективного развития предприятия или фирмы, а покупатель будет всячески стараться снизить эти показатели, чтобы «сбить» цену.

Замечание 2

Упомянувшийся выше перекося финансовых показателей предприятия возможен, если производится только анализ неудач и не предвидится общее ухудшение всех финансовых показателей. В таких случаях говорят, что компания «живет прошлым». При оценке бизнеса не используют показатели, которые позволили бы более оперативно реагировать на возникающие сбои и обеспечить улучшение бизнес-процессов.

Если при оценке анализируются только следствия а не причины, то упускается возможность избежать ухудшения ситуации вообще. Ведь, если выявлена причина, то есть возможность ее устранить или существенно ослабить последствия ее проявления. Это делает управленческие решения более эффективными, а цену бизнеса – более высокой.