DOI: 10.17117/na.2016.12.01.155

Поступила (Received): 24.12.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.12.01.155.pdf>

Картушина Т.В., Колотовкина Н.А., Езангина И.А.
Рыночная стоимость компании: современный взгляд

Kartushina T.V., Kolotovkina N.A., Ezangina I.A.
The market value of the company: a modern look

В условиях современной экономической ситуации вопрос об оценке рыночной стоимости компании приобретает всё большее значение для любого бизнеса, так как, зная его реальную рыночную стоимость, можно делать более точные прогнозы относительно перспективности развития данного бизнеса и уровне его конкурентоспособности. Так же особое внимание уделяется и определению стоимости компании при кредитовании, инвестировании, страховании, исчислении налогооблагаемой базы и определении стоимости ценных бумаг, имеющих в её распоряжении

Ключевые слова: рыночная стоимость компании, стоимость бизнеса, методология оценки стоимости компании, человеческий капитал, инновация, нематериальный актив

Картушина Татьяна Викторовна

Студент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Колотовкина Надежда Андреевна

Студент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

Езангина Ирина Александровна

Кандидат экономических наук, доцент

Волгоградский государственный технический университет

г. Волгоград, пр. Ленина, 28

In today's economic situation, the question of estimating the market value of the company is becoming increasingly important for any business, as knowing its real market value, it is possible to make more accurate predictions about the prospects of development of this business and its level of competitiveness. Just focusing on the definition and value of the company in lending, investing, insurance, calculation of the tax base, and determining the value of the securities available at its disposal

Key words: the market value of the company, the cost of business, the company's value assessment methodology, human capital, innovation, intangible asset

Kartushina Tatiana Viktorovna

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

Kolotovkina Nadegda Andreevna

Student

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

Ezangina Irina Alexandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Volgograd state technical university

Volgograd, Lenina ave., 28

На сегодняшний день невозможно представить, чтобы рыночная сделка, заключаемая предприятиями, проходила без проводимой заранее оценки стоимости компании. В РФ юридические лица обладают правом на проведение оценочной деятельности по любым объектам оценки, которые принадлежат этому

лицу. Данная процедура законодательно закреплена в ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [1]. Таким образом, оценка рыночной стоимости компании в России – один из достаточно доступных инструментов, используемых для проведения анализа бизнеса.

Следует отметить, что под рыночной стоимостью компании в настоящем понимают наиболее вероятную цену передачи объекта оценки на рынке при следующих условиях: рациональном действии сторон, заключающих сделку, доступности и полноте всей необходимой информативной базы, отсутствии различного рода чрезвычайных обстоятельств, возможность конкуренции на дату оценки объекта.

Оценщик прибегает к процедуре определения рыночной стоимости компании в ряде случаев:

- при определении стоимости при получении имущества на безвозмездной основе;
- в ходе процедур банкротства в условиях определения стоимости имущества должника;
- при определении стоимости объекта, который был внесён в качестве залога;
- при определении стоимости вкладов неденежного характера в уставный капитал компании;
- при определении стоимости размещённых обществом акций и т.д.

Существует разнообразие методов и подходов к оценке стоимости компании. Однако традиционно специалисты используют только содержащиеся в финансовых отчётах данные. Вместе с тем, имеется довольно большой объём информации, который не отражается в баланса и других отчётных документах компании, но, тем не менее, способен оказать значительное влияние на рыночную стоимость анализируемой организации. Так, стоимость человеческого капитала существенно увеличивает рыночную стоимость компании.

В данном контексте под стоимостью человеческого капитала понимают дополнительную стоимость, которая либо уже создана, либо возможна в перспективе. Такая возможность открывается лишь в том случае, если в компании имеется коллектив, который рационально сформирован и состоит из работников высокой профессиональной квалификации, постоянно повышающих свои навыки, проходящих обучение и различного рода специализированные тренинги, курсы повышения квалификации, посещающих семинары и другие образовательные мероприятия [13].

В качестве наглядного примера взаимосвязи человеческого капитала и стоимости компании можно привести анализ, проводимый в течении 7 лет (с 2007 по 2011гг.) в странах Прибалтики. Результаты доказали, что в условиях роста денежного потока, создаваемого за счёт человеческого капитала, увеличивается так же и рыночная стоимость компании [10].

Наряду с человеческим капиталом, фактором, который оказывает стимулирующее воздействие на стоимость компании, следует признать стоимость инноваций. Действительно, будучи нематериальным активом, не имеющим конкретного стоимостного выражения, инновации представляют собой один из

значимых факторов, принимающих участие в формировании дополнительного денежного потока в долгосрочной перспективе [11].

Кроме того, оба фактора (человеческий капитал и инновации) имеют огромное значение для создания деловой репутации компании («goodwill»). Так, если уровень корпоративной социальной ответственности (КСО) компании достаточно высок, то её человеческий капитал, который напрямую зависит от КСО, оказывает влияние на стоимость предприятия, увеличивая её и создавая всё новые и новые денежные потоки. Помимо этого, при генерировании дополнительных денежных потоков, человеческий капитал приводит к возрастанию уровня лояльности уже существующих и возможных в будущем клиентов и партнёров компании, а это, как следствие, приводит к росту деловой репутации.

Кроме того, наличие инноваций выступает свидетельством повышения производственного потенциала компании и ведёт к увеличению цен на акции. В свою очередь, происходит рост капитализации компании, что приводит к максимизации её стоимости и укреплению имиджа [5].

Таким образом, увеличение рыночной стоимости компании – результат непротиворечивого, синтезированного воздействия трех факторов: деловой репутации, эффективности использования человеческого капитала, разработки и введения инноваций в деятельности компании [12].

В настоящем популярной является точка зрения о воздействии на стоимость компании четвертого фактора – стоимости бренда. Последний, представляя собой одну из характеристик общего имиджа компании, участвует в формировании её деловой репутации [8].

Наряду с анализом собственно сущности рыночной стоимости компании, факторов ее определяющих, современные исследователи озабочены и проблемами формирования эффективного механизма управления стоимостью компании. Объективно, что управление стоимостью компании – это целый комплекс мер, охватывающих практически все элементы современного менеджмента, а именно: анализ текущей стоимости, постановку целей и задач руководством компании на основе полученной при анализе информации, сбор новой, необходимой для выработки решения информации, отслеживание любых изменений стоимости компании после проведения ряда мероприятий и, наконец, внесение корректировок, если это требуется [9].

Кроме того, нельзя забывать о том, что процесс управления рыночной стоимостью компании обязательно должен проходить в режиме реального времени, так как при этом специалисты способны более оперативно и эффективно реагировать на происходящие изменения, которые влияют на стоимость компании [6].

В настоящем в России актуализировано применение Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Так, Федеральным стандартом оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО 1)» утверждены три подхода к оценке рыночной стоимости компании, а именно: доходный, сравнительный и затратный [2]. При этом управление стоимостью компании должно включать не только контроль системы показателей, которые предусмотрены указанными выше подходами, но и управление

несоответствиями, предупреждающими и корректирующими мероприятиями, направленными на улучшение стратегии компании в области инвестиционной политики, а также оперативного управления.

Таким образом, вопрос, касающийся оценки стоимости любой компании нуждается в совершенствовании. Это можно объяснить тем, что на сегодняшний момент появляются всё новые факторы как внешней, так и внутренней среды, которые оказывают влияние на деятельность компании.

Оценка рыночной стоимости даёт продавцу и покупателю возможность заключить сделку, ориентируясь при этом на чётко обоснованную стоимость того или иного товара, потому что рыночная стоимость включает в себя и индивидуальные затраты и ожидания, и (в большей степени) общую ситуацию на рынке, и его реакцию на объект сделки.

Более того, нельзя забывать о том, что оценка стоимости компании способствует определению рыночной стоимости собственного капитала, имеющегося в распоряжении компании и его капитализацию в целом. Зная рыночную стоимость бизнеса, собственник способен сделать процесс производства более совершенным и эффективным, выработать совокупность мер, которые будут направлены на увеличение рыночной стоимости его бизнеса. Если оценка стоимости проводится в компании регулярно, то это способствует повышению эффективности процесса управления и, как следствие, помогает уйти от банкротства (несостоятельности).

Список используемых источников:

1. Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=200061&rnd=235642.1810811427&from=19586-0#0/>
2. Приказ Минэкономразвития России от 20.05.2015 N 297 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО N 1)». URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/43183.html>
3. Верховцева Е.А., Гребник В.В. Оценка стоимости компании: эмпирические и теоретические аспекты // Наукоедение. 2016. №1. С. 1-9.
4. Домнина С.В., Савоскина Е.В. Модель управления стоимостью бизнеса // Вестник самарского государственного университета. 2014. №8 (119). С. 18- 23.
5. Езангина И.А. Научно-технический стратегический альянс: воплощение реализации принципа «открытых инноваций» // Фундаментальные исследования. 2013. № 6 (часть 4). С. 945-948.
6. Езангина И.А. Преимущества воспроизводства корпоративного капитала в интегрированных структурах бизнеса // Молодой ученый. 2012. №11. С. 157-160.
7. Езангина И.А. Региональный кластерный подход как основа формирования инновационного потенциала государства // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2. С. 367.
8. Сазонов С.П., Федотова Г.В., Харламова Е.Е., Чеховская И.А., Езангина И.А., Полянская Е.А., Хрупин И.М. Мотивационный механизм эффективного управления ресурсами в условиях экономической нестабильности: монография. Волгоград: ВолГТУ, 2015. 240 с.
9. Шохазамий Ш.Ш. Абдураунов Р.Р. Стоимостьная концепция финансового управления компанией // Проблемы современной экономики. 2015. №1 (53). С. 143-148.
10. Berzkalne I., Zelgalve E. Intellectual capital and company value // Procedia – Social and Behavioral Sciences, Volume 110, 2014, pp. 887 – 896.
11. Dagiliene R., Dagiliene L. Accounting-based valuation of innovation: challenges and perspectives // Procedia – Social and Behavioral Sciences, Volume 156, 2014, pp. 589 – 593.
12. Florin D., Radu-Daniel L. The Impact of Business Intelligence Recognition on Goodwill Valuation // Procedia Economics and Finance, 15, 2014, pp. 1779-1786.

13. Korenkova M., Urbanikova M. *Increase of Company Efficiency through the Investment to the Employees and its Quantitative Valuation* // *Procedia – Social and Behavioral Sciences, Volume 110, 2014*, Pp. 942–951.

© 2016, Картушина Т.В., Колотовкина Н.А.,
Езангина И.А.

Рыночная стоимость компании: современный
взгляд

© 2016, Kartushina T.V., Kolotovkina N.A.,
Ezangina I.A.

The market value of the company: a modern look