или индивидуального предпринимательства. Жители городов тоже могут получить земельные угодья, если в выбранном поселении присутствуют свободные наделы.

Если участок принадлежит федеральной собственности, то его размеры будут регламентироваться федеральным правительством. В случае, когда земля принадлежит муниципальному подразделению, то участок может иметь размеры, ограниченные органами местного самоуправления. Кстати, на местном уровне выделенный участок может быть увеличен в размерах до пяти раз (0,5 Га*5).

Многодетные семьи имеют право на получение участка под ЛПХ, размер которого определяется на уровне регионального управления.

В большинстве случаев, под ЛПХ размер участка варьируется от 10 до 50 соток.

Для того чтобы избежать проволочек, изначально нужно подготовить все необходимые документы. Оформление ЛПХ состоит из двух этапов:

1. Подготовка документов: паспорт владельца или арендатора земельного участка и его копия, данные всех людей, с ним проживающих, документы на землю (кадастровый паспорт с указанными границами раздела), заявление на оформление ЛПХ (образец заявления можно получить, обратившись в органы местного самоуправления). Человек, решивший оформить ЛПХ, должен быть зарегистрированным в поселении, где находится участок.

2. Регистрация записи в похозяйственной книге местной администрации.

После этого можно приступать ведению хозяйства, а также заниматься реализацией товаров, выращенных и переработанных на данном участке.

Если земельного участка нет, можно обратиться к органам власти с просьбой о выделении земли. Для этого необходимо пройти следующие этапы:

- в местную администрацию подается обращение с указанием личных данных и площади участка, который необходимо приобрести;
- К обращению необходимо приложить кадастровый паспорт на собственный участок;
- при получении положительного ответа необходимо получить паспорт участка земли в межевальном отделе;
- на его основании специально проведенная комиссия утверждает границы земельного участка и может передать на его право собственности или аренды;
- затем участку необходимо присвоить кадастровый номер;
- регистрация права собственности или аренды проходит в региональной регистрационной палате, куда необходимо предоставить паспорт участка и выписку из похозяйственной книги администрации.

После проведения всех перечисленных действий можно приступать к обработке выделенной земли. На ней можно возводить хозяйственные постройки, все виды теплиц, обрабатывать её под выращивание сельхозпродукции.

Нерсисян С.А.

Нефинансовые факторы в оценке и повышении стоимости компании

doi: 10.18411/sr-10-12-2018-52

idsp: sciencerussia-10-12-2018-52

Аннотация

В статье рассматриваются основные составляющие стоимости бизнеса, приводится сравнительная характеристика сильных и слабых сторон применяемых методов оценки.

Представлен анализ нефинансовых факторов, оказывающих влияние на стоимость компании.

Ключевые слова: оценка бизнеса, стоимость бизнеса, нефинансовые факторы, повышение стоимости бизнеса

В современных условиях каждое предприятие стремится к усилению своих позиций на рынке. Расширение сферы влияния, повышение объемов реализации, увеличение выручки и прибыли – таковы основные цели развития. Однако правильно оценить свои перспективы невозможно без всестороннего анализа текущего положения предприятия, которое обеспечивается всесторонней оценкой бизнеса.

Оценка бизнеса – процедура, позволяющая рассчитать рыночную стоимость предприятия, оценить эффективность процесса извлечения прибыли, стабильность производства и перспективы коммерческой деятельности. Оценка бизнеса представляет собой сложную аналитическую работу, которая может проводиться как непосредственно в компании, так и сторонними экспертами.

Результатом оценки бизнеса выступает его стоимость. Стоимость бизнеса представляет собой показатель его успешности и эффективности. Рыночная цена компании складывается из её активов и пассивов, ценности кадров, конкурентных преимуществ, показателей доходности за весь период существования или конкретный временной отрезок.

В современной экономической литературе выделяют три основных подхода к оценке бизнеса [10, с. 78-82]:

- Рыночный (сравнительный) подход – если оценка производится данным способом, то оценщик использует те данные, которые позволят сравнить возможную прибыль с прибылью аналогичных предприятий, продажа которых была недавно осуществлена на рынке. Для оценки бизнеса используются один или несколько методов, позволяющих выделить наиболее важные для оценки показатели. Достоверность оценки зависит от наличия аналогов, а также полноты и достоверности собранной информации о проведенных сделках.
- Доходный подход – при использовании данного подхода оценщик уделяет основное внимание тем доходам, которые может принести бизнес. Чем более высокие доходы прогнозируются, тем более дорого может быть продана компания. Использование различных методов данного подхода позволяет учесть не только прогнозируемые доходы, но и уровень риска, положение рынка. Денежные потоки оцениваются в общей сумме текущей стоимости.
- Затратный подход – данный подход используется для оценки бизнеса, который не приносит стабильного дохода или находится на стадии ликвидации. Данный подход может быть использован для оценки недавно созданного бизнеса. В основе оценки – затраты, которые несет предприниматель при функционировании предприятия. В рамках использования данного подхода оценка производится на основании имеющихся активов компании. Применяемые методы позволяют провести оценку по стоимости активов за вычетом обязательств предприятия.

В рамках каждого из представленных подходов используются различные методы, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Методы, применяемые в рамках каждого из подходов оценки бизнеса [5]

№ п/п	Подход	Методы
1	Рыночный подход	1. правило «золотого сечения»; 2. сравнение продаж;

		3. мультипликатор цена акции/доход компании.
2	Доходный подход	1. капитализатор чистого дохода (мультипликатор дохода); 2. капитализатор дивидендов (мощность дивидендов); 3. избыточный доход; 4. дисконтированный поток наличности.
3	Затратный подход	1. чистая балансовая стоимость; 2. чистая рыночная стоимость материальных (осязаемых) активов; 3. стоимость замещения; 4. ликвидационная стоимость; 5. стоимость воссоздания.

Выбор того или иного подхода обусловлен наличием сильных и слабых сторон каждого из них (табл. 2).

Таблица 2

Сильные и слабые стороны основных подходов к оценке бизнеса [3; 8, с. 591]

Подход	Сильные стороны	Слабые стороны
Доходный	Данный подход основан на учете инвестиционных ожиданий и экономическом развитии предприятия. он позволяет оценить объем будущих доходов с учетом факторов внешней среды и конъюнктуры рынка.	Основой подхода является прогнозирование, в связи с чем возможны ошибки в ставке дисконта, так как информация не всегда полная, а экономическая ситуация непостоянна.
Затратный	Данный метод является наиболее надежным для оценки новых объектов, так как позволяет оценить соотношение затрат к будущим доходам. Данный подход используется для оценки эффективности использования земельных участков.	Данные методы сложны в практическом применении, так как затраты не всегда эквивалентны действительной рыночной стоимости объекта, а расчеты не позволяют учесть перспективы развития предприятия. при использовании данного подхода земля и сооружения оцениваются отдельно.
Сравнительный	Позволяет оценить величину спроса на конкретный объект в условиях реальной рыночной ситуации. Основывается только на достоверной информации и отражает результаты работы сравниваемых предприятий.	При данном подходе не учитывается потенциал развития предприятия. данные расчеты весьма трудоемки и требуют большого количества корректировок. Данные методы эффективны только при наличии большого объема информации как по оцениваемому предприятию, так и по его аналогам.

Представленные выше подходы взаимосвязаны, так как для оценки в той или иной степени используется информация о финансовой и нефинансовой составляющей стоимости компании, а также ее положение на рынке, производится оценка финансовых и нефинансовых факторов, оказывающих влияние на стоимость компании.

Нефинансовые факторы, которые оказывают влияние на стоимость бизнеса можно разделить на две группы [6, с. 127]:

1. Внешние факторы – рейтинговые оценки, оценки независимых аналитиков и аналитических агентств, политика государства, политика центрального банка и пр.;
2. Внутренние факторы – структура бизнеса, качество управления, репутация, квалификация персонала и пр.

Внешние факторы не поддаются значительному влиянию со стороны руководства компании. Их необходимо учитывать при оценке бизнеса с точки зрения тенденций и возможных изменений уровня доходов компании в будущем.

Более детальное внимание при оценке бизнеса необходимо уделять внутренним нематериальным факторам, изменение которых может оказать значительное влияние на

стоимость бизнеса. Данные факторы можно представить в виде следующей классификации (рис. 1).

Рисунок 1 – Внутренние нефинансовые факторы, оказывающие влияние на стоимость бизнеса [7, с. 116]

Наиболее просто поддаются оценке амортизированные активы. Количество и качество имеющихся у компании патентов, лицензий, разработок и пр. отражает ее интеллектуальный потенциал. К сожалению, зачастую компании не придают значения данным активам. В странах Европы наблюдается постоянное увеличение стоимости нематериальных активов (НМА) предприятий. Порой этот актив превышает по стоимости другие активы предприятия. В России же предприятия при наличии большого количества разнообразных активов располагают незначительным объемом НМА. Доля нематериальных активов в зарубежных и российских компаниях колеблется от 30% до 96% и от 2% до 8% соответственно. [1, с. 80] Сложность заключается в том, что при оценке НМА российских предприятий не учитываются международные стандарты оценки, что искажает реальную стоимость активов предприятия.

Немаловажными при оценке бизнеса являются неамортизированные нематериальные активы, которые могут оказать существенное влияние на стоимость компании. В современных условиях чрезвычайно важен трудовой коллектив – его количественная и качественная характеристика, характеристика основных показателей трудового потенциала компании в будущем.

Управление выступает немаловажным фактором обеспечения качества функционирования предприятия. Налаженные внутренние связи, отлаженные бизнес-процессы, применяемые методы управления – все это оказывает влияние на стоимость компании и учитывается при ее оценке.

Взаимоотношения с ключевыми стейкхолдерами также оказывает влияние на стоимость компании, так как наличие постоянных приверженных покупателей обеспечивает доходы в будущем. Наличие длительных устойчивых связей с контрагентами позволяют поддерживать перспективные долгосрочные договора.

В деловой репутации или в бренде фирмы воплощена определенная стоимость, которая, в конечном счете, отражается на прибыли. При оценке компании с большим потенциалом выявление прибыли может быть возможно только в длительном периоде. Но если репутация и бренд компании уже имеют ценность, то такой вид активов должен дать большую прибыль в довольно короткий отрезок времени с момента приобретения.

Однако следует отметить, что если интеллектуальная собственность (выражающаяся, например, в патентах) хорошо поддается оценке, то такие параметры, как организационный капитал, отражающий эффективность взаимодействия и принятия

решений внутри фирмы, нельзя обнаружить в корпоративной отчетности и очень сложно оценить [9, с. 21].

Репутация компании, квалификация персонала – такого рода ресурсы обеспечивают компаниям конкурентные преимущества, которые «позволяют генерировать рыночную капитализацию и даже получать сверхдоходы» [2]. Тем не менее, эти активы (например, репутацию компании) легко разрушить, и фирмы склонны недоинвестировать в их развитие. Это обусловлено тем, что от большей части данных активов компании получают в долгосрочном периоде: в связи с этим, обостряется проблема недоинвестирования, связанная с нежеланием компаний вкладывать средства в то, что не способно принести выгоды уже сейчас.

Репутационными рисками и накоплением неамортизированных нематериальных активов в России озабочены, как правило, крупные компании, деятельность которых оказывает существенное влияние на условия проживания населения на территориях, где эти предприятия располагаются. В основном, это сырьевые добытчики или переработчики, чье производство ухудшает экологическую обстановку. Исследование Сергея Кузубова и Марии Евдокимовой, проведенное среди компаний стран БРИКС, показало, что выпуск нефинансовой отчетности увеличивает рыночную стоимость компании [2]. Наиболее чувствительными в этом плане оказались промышленные компании. В среднем выпуск отчетности повышал стоимость компаний на два процента. Но большинство фирм, как показывают исследования, эти проблемы мало беспокоят, поэтому они не находят отражения в публикуемой корпоративной отчетности.

В заключение стоит отметить, что, несмотря на важность неамортизированных нематериальных активов в оценке стоимости компаний, в настоящее время остается открытым вопрос, связанный с тем, в какой мере и какие из предлагаемых различными институтами показателей отражают состояние ключевых факторов создания стоимости бизнеса для компаний различных отраслей [4, с. 194]. Недостаточно исследований, которые направлены на выявление таких наборов показателей и их предсказательной силы с точки зрения формирования стоимости компании, что представляет широкие возможности для работы в данном направлении.

1. Бирагова Р.Т. Проблемы оценки объектов интеллектуальной собственности. / Р.Т. Бирагова. // Общество и право. – 2010. – С. 79-81.
2. Для публикации нефинансовой отчетности необходим перелом в бизнес-сознании. // НИУ ВШЭ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/expertise/205751892.html> (дата обращения 01.10.2018)
3. Калинина Н.С. Оценка бизнеса. / Н.С. Калинина. // Комсомольская правда. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/otsenka-biznesa.html> (дата обращения 30.09.2018 г.)
4. Козлова М.А. Систематизация портфеля РИДСИ как способ повышения стоимости компании. // Государственное управление. – 2018. - № 66. – С. 192-205.
5. Ольдерогге Н.Г. Структура подходов и методов оценки бизнеса и компаний. / Н.Г. Ольдерогге // Элитариум. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/ocenka_biznesa_kompanij/ (дата обращения 29.09.2018 г.)
6. Скотт М. Факторы стоимости: Руководство для менеджера по выявлению рычагов создания стоимости / Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2012. - 432 с.
7. Турченко А. А. Учет и анализ неамортизируемых нематериальных активов : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.12 / Турченко Анна Александровна; [Место защиты: Сарат. гос. соц.-эконом. ун-т].- Саратов, 2008.- 239 с.: ил.
8. Чакалян К. Г. Оценка бизнеса: сущность основных подходов, их преимущества и недостатки // Молодой ученый. — 2016. — №28. — С. 590-592.
9. Шаститко А.Е., Курдин А.А., Комкова А.А. Как защитить результаты интеллектуальной деятельности // Общественные науки и современность. – 2014. – № 2. – С. 17-33
10. Щербаков В. А., Щербакова Н. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). — 4-е изд., перераб. и доп.. — М.: Издательство Омега-Л, 2012. — 315 с.