

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА

Б.И. Вайсблат, д. т. н., профессор,
Нижегородский филиал государственного университета - Высшая
Школа Экономики, г. Нижний Новгород

Г.М. Данилова,
Нижегородский институт управления - филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы,
г. Нижний Новгород

В настоящее время в литературе все большее внимание уделяется оценке бизнеса по критерию стоимости. Концепция управления стоимостью предприятия сводится к обеспечению роста рыночной стоимости фирмы. Стоимость предприятия рассматривается как целевая функция управления, которая стремится к максимуму. Условием эффективной работы становится наличие стоимостной технологии управления.

Анализ литературы показывает, что к настоящему времени не разработаны методы управления стоимостью бизнеса. В докладе предлагается одна из возможных моделей управления стоимостью бизнеса.

Известно, что в практике оценки стоимости бизнеса применяется три основных подхода: доходный, затратный и сравнительный. На наш взгляд, эти подходы имеют ряд серьезных недостатков:

1. Отсутствует четкое определение «стоимости бизнеса»
2. Расчеты на основе этих подходов дают результаты, которые отличаются в разы
3. Не производится оценка риска покупателя бизнеса
4. Не производится оценка вероятности предбанкротства бизнеса
5. Не производится оценка ошибок прогноза расчетных показателей

Для формулировки модели управления стоимостью бизнеса рассмотрим необходимые понятия. Под сделкой купли-продажи бизнеса будем понимать соглашение сторон о взаимных обязательствах, причем каждая из сторон имеет свою цель. Тогда цена бизнеса - это сумма денег, которая обеспечивает достижение целей продавца и покупателя бизнеса. Такое определение позволяет разработать четкую методику управления стоимостью бизнеса.

Модель управления ценой бизнеса рассмотрим на следующем примере. Продается производственный бизнес (производство оконного бруса). Продавец после продажи производственного бизнеса инвестирует средства в торговый бизнес (продажа одного вида товара). Покупатель после совершения сделки предполагает заниматься производством оконного бруса. Рассмотрим следующие модели.

Модель 1.

Необходимо определить такие значения цены бизнеса, цены продажи и объема производства бруса, цены продажи и объема закупок товара, чтобы цена бизнеса была максимальной. При этом целями продавца и покупателя бизнеса является достижение рентабельности, равной 10%.

Найти: $\{C; x_1, N_1; x_2, N_2\}$, чтобы $C \rightarrow \max$.

Условия:

R продавца = 10%,

R покупателя = 10%.

Решение задачи производится с помощью надстройки «Поиск решения» Microsoft Excel.

Результаты решения задачи следующие:

$x_1=14\ 349$ руб. $N_1=1\ 303$ куб.м – цена продажи и объем производства

$x_2=13\ 276$ руб. $N_2=2\ 448$ шт. – цена продажи и объем закупок товара

$C=54\ 136\ 583$ руб. – цена бизнеса

Модель 2.

Допустим, что покупатель бизнеса готов заплатить не более 45 000 000

Необходимо определить такие значения цены бизнеса, цены продажи и объема производства бруса, цены продажи и объема закупок товара, чтобы цена бизнеса была максимальной. При этом целями продавца и покупателя бизнеса является достижение рентабельности, равной 10%, а цена бизнеса не должна превышать 45 000 000.

Найти: $\{C; x_1, N_1; x_2, N_2\}$, чтобы $C \rightarrow \max$.

Условия:

R продавца = 10%

R покупателя = 10%

$C \leq 45\ 000\ 000$ руб.

Решение задачи производится с помощью надстройки «Поиск решения» Microsoft Excel.

Результаты решения задачи следующие:

$x_1=14\ 384$ руб. $N_1=1\ 232$ куб.м – цена продажи и объем производства

$x_2=13\ 276$ руб. $N_2=2\ 448$ шт. цена продажи и объем закупок товара

$C=45\ 000\ 000$ руб. – цена бизнеса

Таким образом, предлагаемые модели управления стоимостью бизнеса могут быть использованы в практической деятельности предприятия.