

Тема 3.

Сравнительный (рыночный) подход в оценке стоимости предприятия (бизнеса)

Сравнительный (рыночный) подход

• Преимущества

- 1 Оценщик использует фактические цены купли/продажи аналогичных предприятий.
- 2 Сравнительный подход базируется на ретроспективной информации и отражает достигнутые результаты.
- 3 Реальное соотношение спроса и предложения.

• Недостатки

- 1 Базой для расчётов являются достигнутые в прошлом результаты, что игнорирует перспективы развития.
- 2 Необходима доступная и качественная информация по объектам-аналогам.
- 3 Оценщик должен провести сложные корректировки, требующие серьёзного обоснования.

Методы сравнительного подхода

1 Метод компании-аналога - использует зафиксированные открытым фондовым рынком цены единичных акций (сравнивается цена акций аналогичного предприятия). С использованием данного метода проводится определение стоимости миноритарного (неконтрольного) пакета акций.

2 Метод сделок (продаж) - базой для расчетов является цена приобретения аналогичного предприятия полностью (100 % - ный пакет акций) или цена контрольного пакета акций.

3 Метод отраслевых коэффициентов - применяются разработанные на основе статистических наблюдений соотношения между стоимостью оцениваемого предприятия и определённой финансовой базой (прибыль и объём реализации в стоимостном выражении).

Этапы сравнительного подхода

1 Поиск необходимой информации.

- Удобны и полезны следующие источники информации о сделках с аналогичными оцениваемому предприятиями: журнал «Слияния и поглощения», журнал «Имущественные отношения в Российской Федерации», бюллетень «Реформа», журнал «Секрет фирмы», база данных «СПАРК-Интерфакс», база данных СКРИН, база данных FIRA и т.д.

Различные информационно-аналитические агентства:

- АК&М
- ФБК
- РБК
- Рейтинговое агентство «Эксперт РА»

2 Формирование перечня предприятий, аналогичных оцениваемому.

Типовые критерии отбора предприятий-аналогов:

- 1 Отраслевое сходство (уровень диверсификации производства, характер взаимозаменяемости производимых продуктов, зависимость от одних и тех же экономических факторов, стадия экономического развития).**
- 2 Величина предприятия (выручка от реализации продукции, сумма прибыли, филиалы).**
- 3 Перспективы роста.**
- 4 Финансовый риск.**
- 5 Качество менеджмента.**

3 Проведение финансового анализа.

4 Расчет ценовых мультипликаторов.

Ценовой мультипликатор рассчитывается посредством деления цены продажи аналогичного предприятия (акции) на соответствующую финансовую базу.

1 Интервальные мультипликаторы:

- цена / прибыль;
- цена / денежный поток;
- цена / дивиденды;
- цена / выручка от реализации.

2 Моментные мультипликаторы:

- цена / балансовая стоимость активов;
- цена / чистая стоимость активов.

5 Выбор вида мультипликатора.

6 Определение величины стоимости предприятия (бизнеса)

6.1 Выбор величины мультипликатора.

6.2 Расчет стоимости предприятия (бизнеса).

6.3 Внесение итоговых корректировок.

Спасибо за внимание!