Почтарь, Виктор Васильевич. Оценка стоимости малых и средних предприятий сферы услуг в рамках доходного подхода : на примере компании нефтегазового сервиса : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Почтарь Виктор Васильевич; [Место защиты: Сам. гос. аэрокосм. ун-т им. С.П. Королева].- Самара, 2011.- 190 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/1503

**Содержание к диссертации**

Введение

**Глава 1. Теоретические аспекты оценки стоимости мылых и средних предприятий сферы услуг9**

1.1. Теоретические предпосылки и особенности малых и средних предприятий сферы услуг 9

1.2. Теоретические основы определения стоимости предприятия 33

1.3. Подходы, методы и модели, используемые при оценке стоимости предприятия 41

1.4. Проблемы оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг в НТК 71

**Глава 2. Развитие методов оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг 80**

2.1. Формирование механизма оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг 80

2.2. Методика оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг 100

**Глава 3. Оценка стоимости малых и средних предприятий сферы услуг на примере компании нефтегазового сервиса 123**

3.1. Ретроспективный анализ деятельности компании нефтегазового сервиса 125

3.2. Определение будущих расходов и доходов компании нефтегазового сервиса 154

3.3. Определение текущей стоимости компании нефтегазового сервиса 164

Заключение 172

Список используемой литературы 174

**Введение к работе**

**Актуальность исследования.**По мере развития рыночных отношений необходимость в оценке стоимости компаний постоянно возрастает. Оценка стоимости предприятия необходима не только при купле-продаже бизнеса или его отдельной части, но и при инвестировании, кредитовании, страховании, исчислении налогооблагаемой базы, реструктуризации предприятия и др. Немаловажным является и тот факт, что оценка стоимости позволяет выявлять возможные подходы к управлению предприятием, а также обеспечивать наиболее эффективные пути его развития.

Современная экономика характеризуется активным развитием сферы услуг, которая постепенно становится одним из ведущих секторов экономики. В сфере услуг активно действуют компании, оказывающие производственные и профессиональные услуги промышленным предприятиям. Так, нефтегазовый комплекс (НТК) наряду с предприятиями добычи и переработки нефти и газа, а также транспорта и нефтепродуктораспределения включает еще один важнейший компонент: нефтегазовый сервис, обеспечивающий необходимый уровень добычи и транспорта углеводородов (проектирование разработки и обустройства месторождений, ремонт скважин, автоматизация промыслов, повышение нефтеотдачи, строительство и обслуживание трубопроводов и морских платформ, инжиниринговые услуги и др.).

На практике к оценке стоимости сервисных компаний относительно чаще прибегают при их продаже. Редко оценка подобных предприятий проводится с целью увеличения эффективности их управления.

В оценочной деятельности использование традиционных методов для определения стоимости компаний сферы услуг осложняется наличием ряда ограничений, связанных с особенностями данного бизнеса. Нередко сделки по купле-продаже малых и средних сервисных предприятий осуществляются по заниженной стоимости.

В условиях рыночной экономики важно знать, каким образом оценить стоимость подобного бизнеса, поскольку он подвержен процессам слияний и поглощений как со стороны российских предприятий, так и со стороны крупнейших западных компаний.

В этой связи исследования, связанные с развитием доходного подхода к оценке стоимости малых и средних предприятий сферы услуг, актуальны.

**Состояние изученности проблемы.**Основой диссертационных исследований явились научные труды об оценочной деятельности таких авторов как В.М. Рутгайзер, М.Л. Федотова, А.Г. Грязнова, В.Е. Есипова, Д.Н. Якубова, В.А. Щербаков, B.C. Балабанов, Н.Ф. Чеботарев, СВ. Валдайцев, А. Грегори, Д. Фишмен, Ш. Пратт, К. Гриффит, К. Уилсон, Дж. Уэст, Д. Джонс, Т. Колер, Т. Коупленд, Дж. Мурин, Д. Хитчнер и др.

Современные тенденции развития предпринимательства в сфере услуг отражены в работах В.Д. Грибова, А.П. Агаркова, С.Л. Калачева, Л.И. Ерохина, Е.И. Балова, О.Т. Лойко, В.В. Кулибанова, Т.Д. Бурменко, З.И. Паниной, Т.Н. Третьяковой, Т.А. Тультаева, Н.А. Савостьянова, В.В. Лаптева, К. Хаксевера, Р. Рендера, Р. Рассела, Р. Мер дика и др.

Исследования в нефтегазовом комплексе России изложены в работах А.Ф. Андреева, Л.П. Мстиславской, О.А. Бучнева, Г.Г. Бурлака, Е.В. Евтушенко, Т.В. Калашниковой, К.В. Миловидова, В.Ф. Дунаева, В.Ю. Алекперова, СВ. Колчина, А.А. Прохоренко и др.

Существующие методы оценки стоимости предприятия в рамках доходного подхода ориентированы на широкий круг компаний разных видов деятельности, форм организации и структуры капитала. Однако в настоящее время использование доходного подхода для оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг зачастую осложняется тем, что вероятность будущих доходов достаточно сложно определить, а обоснованный прогнозный период не превышает одного-двух лет.

В этой связи автором настоящего диссертационного исследования предложен механизм оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг и разработана методика в рамках доходного подхода к оценке стоимости бизнеса.

**Цели и задачи исследования.**Цель диссертационной работы заключается в развитии доходного подхода к оценке стоимости малых и средних предприятий сферы услуг, а также разработке механизмов оценки, позволяющих учитывать особенности предприятий малого и среднего бизнеса и повышать эффективность их текущего управления.

Реализация указанной цели предусматривает решение следующих задач:

исследовать процесс становления и особенности малых и средних предприятий сферы услуг;

исследовать теоретические основы оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг;

выявить и систематизировать особенности и проблемы оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг;

научно обосновать механизмы, позволяющие совершенствовать оценку стоимости малых и средних предприятий сферы услуг;

разработать методику, использование которой позволит получить обоснованные результаты оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг;

апробировать предложенный механизм оценки стоимости предприятия на примере компании малого и среднего бизнеса сферы услуг.

**Область исследования**соответствует пункту 7.3. «Теоретические и методологические вопросы оценки рыночной стоимости фирмы» по паспорту специальности 08.00.10 - Финансы, денежное обращение и кредит.

**Объект исследования**- предприятия сферы услуг нефтегазового комплекса (предприятия нефтегазового сервиса).

**Предметом исследования**являются методы и механизмы оценки рыночной стоимости, возникающие в процессе финансовых взаимодействий предприятий сферы услуг.

Методы **исследования.**Исследования базируются на использовании аппарата социологического, ситуационного и системного анализа, экономико-математического анализа и синтеза, экспертных оценок в решении задач по оценке стоимости предприятия.

**Эмпирической базой**исследования явились аналитические данные некоторых малых и средних предприятий сферы услуг НГК Самарской области.

**Научная новизна**диссертационной работы заключается в теоретическом обосновании и развитии доходного подхода к оценке стоимости бизнеса, позволяющего повысить точность расчетов и получить обоснованную рыночную стоимость малых и средних предприятий сферы услуг.

Наиболее значимыми являются следующие результаты, характеризующие научную новизну диссертации:

1. предложен механизм оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг на основе доходного подхода, позволяющий сформулировать этапы оценки, а также учитывать специфику деятельности малых и средних предприятий сферы услуг и особенности определения их стоимости;
2. обоснован метод расчета нормативной стоимости на основе нормативных доходов, позволяющий получить нижнюю границу стоимости объекта оценки;
3. разработан метод расчета конкурентной стоимости на основе доходов, получаемых за счет конкурентного потенциала предприятия, влияющий на формирование объективной рыночной стоимости предприятия;
4. сформулирован метод расчета поправки на риск контрактации, учитывающий прогнозируемость доходов объекта оценки, применяемый для расчета ставки дисконтирования методом кумулятивного построения.

**Практическая значимость диссертационной работы**заключается в том, что ее результаты имеют вид практических рекомендаций при определении стоимости предприятия. Предложенная автором методика оценки стоимости может быть использована профессиональными оценщиками и предприятиями малого и среднего бизнеса сферы услуг.

**Апробация и реализация результатов исследования.**Основные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертационной работе, были обсуждены на всероссийском семинаре по оценке стоимости бизнеса, проведенный Центром «Технологии и управления бизнесом» в г. Самара 23-25 декабря 2008 года, на международной научно-практической конференции «Наука, бизнес, образование'2009» - 26 марта 2009 года в г. Самара, на международной научно-практической конференции «Наука, бизнес, образование'2010» - 28 октября 2010 года в г. Самара. Полученные результаты исследования внедрены в процесс оценки стоимости таких компаний сферы услуг НГК, как ООО «ИТ-Сервис», 000 «База производственного обслуживания», 000 «Самарский ИТЦ».

**Публикации.**По материалам диссертации опубликовано 11 работ, в том числе 3 статьи - в ведущих рецензируемых научных изданиях, определенных Высшей аттестационной комиссией.

**Структура работы.**Диссертационная работа изложена на 190 страницах, состоит из введения, трех глав, заключения, содержит 51 таблицу, 10 рисунков, список используемой литературы из 144 наименований и приложения.

## Теоретические основы определения стоимости предприятия

В современном мире особое значение для экономики имеет процесс развития малого и среднего предпринимательства. Его роль в современной рыночной экономике значительна, о чем свидетельствуют результаты исследований отечественных и зарубежных ученых [1-21].

Впервые понятие «предпринимательство» появилось во Всеобщем словаре коммерции, который был опубликован во Франции в 1723 году. Данное понятие трактовалось как процесс производства, приносящий доход за счет привлечения собственных или заемных средств.

Впоследствии появилась первая концепция предпринимательства, которую разработал ирландский экономист Ричард Кантильон [2-4]. Его анализ предпринимателя сводится к действиям человека, который «покупает по определенной цене, чтобы продать по неизвестной цене», что практически всегда предполагает наличие риска. Предприниматель может быть торговцем или землевладельцем, но в равной степени он может быть и капиталистом, использующим чужой труд. Однако во всех случаях предпринимательская роль остается непосредственно за тем, кто принимает решения в условиях неопределенности.

В дальнейшем фундаментальные исследования предпринимательства в экономической науке продолжились лишь в XX веке. Природу предпринимательства изучали Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек и другие представители австрийской школы экономистов [4-6]. Они рассматривали предпринимательство в качестве одного из основных ресурсов экономики (наряду с землей, трудом, капиталом, информацией и временем).

Австрийский и американский экономист, социолог и историк экономической мысли Иозеф Шумпетер писал, что «предприниматель — это человек, пытающийся превратить новую идею или изобретение в успешную инновацию», в частности, предпринимательство представляет собой силу креативного разрушения, обеспечивающую динамичный и долгосрочный экономический рост, действующую на рынках и в производстве, одновременно создавая новые продукты и модели бизнеса [3].

В советское время с 1960-х гг. проводились политико-экономические исследования мелких и средних предпринимателей, которые рассматривались как средние слои. В этот период появились работы Института мировой экономики и международных отношений АН СССР «Городские средние слои современного капиталистического общества», В. Рамзеса «Мелкие и средние предприятия в послевоенной Японии», Ю. Кочеврина «Малый бизнес в США», Н. Иноземцева «Политическая экономия современного монополистического капитализма», В. Рубе «Мелкое и среднее предпринимательство в условиях господства монополий» и др. [4, 8]

Несмотря на то, что все больше и больше исследователей делали вывод о положительных результатах развития малого и среднего предпринимательства, лишь в начале 1990-х гг. в России стал проявляться практический интерес к опыту развитых стран в этом вопросе [48-50].

Собственно отечественный опыт предпринимательской деятельности был прерван более чем на 70 лет. Именно поэтому в конце XX века в России начало возникать и развиваться «новое» предпринимательство. История же российского предпринимательства вплоть до революции 1917 года скорее не может считаться этапом, после которого произошло возрождение новых рыночных отношений, поскольку временной интервал, когда предпринимательство фактически отсутствовало, слишком велик.

На практике основными критериями отнесения предприятия к малым и средним являются, так называемые, количественные, качественные и комбинированные показатели [49, 50]. Чаще всего основным количественным показателем является численность занятых на предприятии, а в некоторых странах еще и годовой оборот, размер уставного капитала и т.д.

Закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства» № 209-ФЗ от 24 июля 2007 года [51] разделяет малый и средний бизнес по следующим критериям: а) численность: не должна превышать предельные значения средней численности работников до 15 человек для микропредприятий, до 100 человек для малых предприятий и от 101 до 250 человек для средних предприятий; б) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов): не должна превышать предельные значения для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства (например, выручка для микропредприятий - 60 млн. руб., для малых предприятий - 400 млн. руб., для средних предприятий - 1 000 млн. руб.). Качественные критерии квалифицируются исходя из структуры внутренней среды (снабжение, производство, сбыт, планирование, управление, анализ, контроль и т.д.) и внешней среды (узкая специализация, упрощенная система сбыта, производства, управления и т.д.) малого предприятия.

Комбинированный подход предполагает экономическое и статистическое определение малого предприятия, используя качественно-количественные критерии.

Сегодня предпринимательство (бизнес) - это самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами (юридическими или физическими), зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

## Проблемы оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг в НТК

Метод сделок (продаж) ориентирован на цены приобретения предприятия в целом либо контрольного пакета акций. Это определяет сферу применения данного метода: оценка стоимости предприятия или контрольного пакета акций. Метод сделок включает два основных этапа: 1) выбор объектов — аналогов (не менее 3-5 сопоставимых продаж); 2) оценку поправок по элементам и расчет скорректированной стоимости. Оценка поправок по элементам и расчет скорректированной стоимости осуществляются по двум компонентам: единицам сравнения и элементам сравнения. Если метод компании-аналога подразумевает использование мультипликаторов, которые рассчитаны по ценам акций в составе фактически продававшихся контрольных пакетов сходных объектов, то подобная разновидность указанного метода называется методом сделок.

Таким образом, метод сделок - это частный случай метода рынка капитала, который основан на анализе цен приобретения контрольных пакетов акций сопоставимых предприятий или на анализе цен приобретения компании в целом.

По экономическому содержанию эти два метода достаточно близки. Различие между ними состоит лишь в характере исходной ценовой информации: или цена одной акции, не дающая инвестору права контроля, или цена контрольного пакета акций, включающая премию за обладание данным контрольным пакетом.

Несмотря на простоту, настоящий метод предполагает осуществление многих корректировок для достижения наибольшей сопоставимости оцениваемого предприятия с аналогами. Метод «отраслевой специфики» (отраслевых коэффициентов) базируется на использовании установленных соотношений между ценой объекта и предварительно отобранными финансовыми показателями. Отраслевые коэффициенты часто определяют на основе длительных статистических наблюдений за ценами продаж предприятий. В результате разрабатываются достаточно простые формулы расчета стоимости оцениваемых аналогичных предприятий, что позволяет для предприятий одной отрасли рассчитывать его стоимость, например, исходя из выручки или чистой прибыли за определенный период времени.

В связи с отсутствием необходимой информации в России данный метод практически не применяется, поскольку он предварительно требует наличие длительного периода наблюдения.

Результат соотношения между ценой продажи и финансовым показателем по предприятию-аналогу называют мультипликатором. Умножив его величину на тот же базовый финансовый показатель оцениваемого предприятия, получается его стоимость. Другими словами, мультипликатор - коэффициент, выражающий соотношение между ценой предприятия и ее финансовыми параметрами.

В оценочной практике используется следующая система мультипликаторов: 1) интегральные мультипликаторы: цена/прибыль (цена/ балансовая прибыль, цена/чистая прибыль); цена/дивидендные выплаты; цена/денежный поток (цена/текущий денежный поток, цена/чистый денежный поток); цена/выручка от реализации (цена/валовая выручка, цена/действительная выручка, цена/физический объем продаж). 2) моментные мультипликаторы: цена/балансовая стоимость активов; цена/чистая стоимость активов.

Основным ценовым соотношением, которое применяется во всем рыночном подходе, является соотношение «цена/прибыль». Для мультипликатора «цена/прибыль» в качестве финансовой базы используется любой показатель прибыли, который может быть рассчитан в процессе ее распределения (чистая прибыль, прибыль до налогообложения, прибыль до уплаты процентов и налогов и т.д.). Основным требованием в данном случае является идентичность финансовой базы (знаменателя) для аналога и оцениваемого предприятия. В то же время необходимо знать, что мультипликатор «цена/прибыль» в значительной степени зависит от стандартов бухгалтерского учета. Если в качестве аналога выступает зарубежное предприятие, то следует приводить порядок формирования и распределения прибыли к российским стандартам и наоборот.

Мультипликатор «цена/дивидендные выплаты» в определенной степени является производным от соотношения «цена/прибыль».

Считается, что показатели, учитывающие денежный поток («цена/денежный поток»), приводят к значениям более высокого порядка, чем показатели, использующие учетную прибыль, а мультипликатор «цена/прибыль» более прост и доступен.

Особенность применения мультипликатора «цена/выручка» заключается в том, что необходимо учитывать структуру капитала оцениваемого предприятия и аналога. Если она существенно отличается, то мультипликатор лучше определяется при расчете не на собственный, а на весь инвестированный капитал. Разновидностью мультипликатора «цена/выручка» может выступать мультипликатор «цена/физический объем продаж».

Определение итоговой величины стоимости производится методом взвешивания мультипликаторов. В зависимости от конкретных условий, целей и объекта оценки, степени доверия к той или иной информации каждому мультипликатору придается свой вес. На основе взвешивания получается итоговая величина стоимости, которая может быть взята за основу для проведения последующих ее корректировок. Если не удается подобрать наилучший аналог оцениваемой закрытой компании, то в целях повышения точности итоговой оценки рекомендуется брать показатель «цена/прибыль» нескольких компаний-аналогов.

## Методика оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг

Для более детального анализа определяется величина высвобождения (относительной экономии) и дополнительного привлечения (иммобилизации) оборотных средств (±ЭОА) оцениваемого предприятия. Для этого используется следующая формула: ±ЭОА = (Средняя балансовая величина оборотных активов отчетного периода) — (Средняя балансовая величина оборотных активов предыдущего периодов) (Выручка от продаж отчетного периода /Выручка от продаж: предыдущего периода), (2.12) Полученный по данной формуле результат со знаком «-» означает сумму высвобождения средств, а со знаком «+» — дополнительного привлечения средств.

Также с помощью метода цепных подстановок определяют факторы на изменение периода оборота оборотных активов.

Влияние изменения среднегодовой величины оборотных активов на среднюю продолжительность одного оборота (ALOA) рассчитывается по формуле:

ALOA = (Среднегодовая балансовая величина оборотных активов за второй год 360 дней) / (Выручка от продаэю за первый год) — (Среднегодовая балансовая величина оборотных активов за первый год 360 дней) / (Выручка от продаж за первый год), (2.13) Влияние изменения выручки от продаж на среднюю продолжительность одного оборота (ALN) рассчитывается по формуле: ALN = (Среднегодовая балансовая величина оборотных активов за второй год х 360 дней) / (Выручка от продаж: за второй год) — (Среднегодовая балансовая величина оборотных активов за второй год 360 дней) / (Выручка от продаж: за первый год), (2.14) Проверка осуществляется следующим образом: Результаты суммирования значений (ALOA + ALN) должны соответствовать общему изменению продолжительности оборота оборотных активов за анализируемый год по сравнению с предыдущим отчетным периодом.

Ретроспективный анализ доходов оцениваемого предприятия Ретроспективный анализ доходов представляет собой изучение доходной части бюджета оцениваемого предприятия за определенный период в прошлом. В рамках ретроспективного анализа доходов необходимо выделить центы дохода оцениваемого предприятия и определить, каким образом они формируются. Центр дохода - подразделение предприятия, приносящее доход. Центры дохода тесно связаны с центрами ответственности, образующие расходы, так как все подразделения, на базе которых создаются центры дохода, обычно несут определенные затраты.

В этой связи, выявление центров дохода необходимо для дальнейшего анализа расходной части бюджета объекта оценки.

Ретроспективный анализ расходов представляет собой изучение расходной части бюджета оцениваемого предприятия за определенный период в прошлом. В рамках ретроспективного анализа расходов необходимо выделить центры затрат оцениваемого предприятия.

Центры затрат — подразделения предприятия, которые для выполнения своих функциональных обязанностей потребляют различные ресурсы. При этом центры затрат создаются как на базе подразделений, приносящих доход (центры дохода), так и на базе подразделений, не приносящих доход, но являющихся центром ответственности.

Ретроспективный анализ расходов требует изучение фактического бюджета расходов и выявления тех затрат, которые явились экономически необоснованными для осуществления доходной деятельности оцениваемого предприятия. Другими словами — необходимо выявить статьи расходов, которые имеют резервы экономии. Общая сумма нецелесообразных расходов должна быть исключена из бюджета расходов.

В результате должен быть получен экономически обоснованный бюджет расходов за последний отчетный период.

Прогнозирование расходов и доходов оцениваемого предприятия Длительность прогнозного периода для малых и средних предприятий сферы услуг в целях определения их стоимости должна находиться в промежутке от трех до пяти лет. На основании фактического скорректированного бюджета расходов за последний отчетный период определяется прогнозный бюджет расходов оцениваемого предприятия. План расходов на последующие периоды, а также остаточный период, должен быть скорректирован на величину прогнозной инфляции. Прогноз инвестиций требует расчет величины вкладываемых ценностей в определенные объекты предпринимательской деятельности, что предполагает разделение инвестиций по целям и источникам финансирования. Расчет будущих доходов проводится на основе бюджета расходов по двум вариантам оценки - базовому и экспертному.

Базовый вариант оценки дает нормативный доход, на основании которого определяется текущая стоимость предприятия, соответствующая минимальной цене предложения объекта оценки.

Результаты экспертного варианта оценки позволяют получить расчетную величину конкурентного (потенциального) дохода, на основе которого возможно определить стоимость оцениваемого предприятия с учетом его конкурентных преимуществ (кадрового потенциала и нематериальных активов).

## Определение будущих расходов и доходов компании нефтегазового сервиса

Далее для определения текущей стоимости будущих денежных потоков и стоимости в постпрогнозный период, необходимо учесть риски. Для этого определим ставку дисконтирования. Расчет ставки дисконтирования для ООО «ИТ-Сервис» представлен в табл. 46. Расчет производился кумулятивным методом.

Определив величину конкурентных денежных потоков за 2009-2011 гг. и остаточный период, а также величину ставки дисконтирования, рассчитаем текущую стоимость будущих денежных потоков и стоимость в постпрогнозный период для экспертного варианта оценки.

Расчет стоимости в постпрогнозный период производится в соответствии с моделью Гордона и представляет собой частное от деления денежного потока за первый год остаточного периода и разницы ставки дисконтирования и темпа роста денежного потока. Результаты расчетов представлены в табл. 50.

Для получения окончательной величины конкурентной стоимости необходимо внести итоговые поправки, которые сводятся к следующему:

1) Поправка на избыток (недостаток) собственного оборотного капитала вносится в связи с тем, что фактическая величина собственного оборотного капитала не совпадает с его требуемой величиной. Поэтому избыток собственного оборотного капитала необходимо прибавить, а недостаток вычесть из величины предварительной стоимости. В табл. 29 финансового анализа представлен расчет избыточных активов ООО «ИТ-Сервис». На дату оценки они составили 29 218 тыс. руб.

2) Поправка на величину стоимости нефункционирующих и неоперационных активов связана с тем, что не занятые в процессе производства (выполнении работ, оказании услуг) активы должны прибавляться к общей обоснованной стоимости капитала. ООО «ИТ-Сервис» не имеет подобных активов.

Таким образом, конкурентная стоимость собственного капитала ООО «ИТ-Сервис» на 31.12.2008 года составила: 14 463 + 29 218 = 43 681 тыс. руб.

Результаты расчетов, проводимых в рамках апробации предложенной методики, представлены в табл. 51. Так, нормативная стоимость ООО «ИТ-Сервис» составила 35 548 тыс. рублей, конкурентная стоимость - 43 681 тыс. рублей. Это означает, что нормативная стоимость, равная 35 548 тыс. руб., представляет собой минимальную цену, по которой объект оценки может быть отчужден на открытом рынке без учета его конкурентных преимуществ. Рыночная стоимость собственного капитала объекта оценки с учетом ожиданий инвестора от данного бизнеса равна 43 681 тыс. руб. и соответствует конкурентной стоимости ООО «ИТ-Сервис». Величина конкурентных преимуществ определяется как разность между конкурентной и нормативной стоимостью и составляет 8 133 тыс. руб. Итоговое значение рыночной стоимости собственного капитала должно находиться в пределах данных величин и быть принято в результате переговоров между покупателем и продавцом.

На основе выполненного диссертационного исследования автором разработаны и научно обоснованы механизмы оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг в рамках доходного подхода, а также разработана методика оценки, позволяющая получить нижнюю границу стоимости объекта оценки и его объективную рыночную стоимость на открытом рынке. научно обоснованы механизмы, позволяющие совершенствовать оценку стоимости малых и средних предприятий сферы услуг, а также разработана методика, использование которой позволяет повысить точность расчетов и получить обоснованные результаты оценки стоимости малых и средних предприятий сферы услуг; разработан метод расчета нормативной стоимости, позволяющий получить нижнюю границу стоимости предприятия сферы услуг, а также метод расчета конкурентной стоимости, необходимый для определения наиболее вероятной цены отчуждения объекта оценки на открытом рынке; сформулирован метод расчета поправки на риск контрактации при построении ставки дисконтирования в рамках кумулятивного подхода, позволяющий учитывать прогнозируемость доходов предприятия сферы услуг в условиях изменяющейся выручки от реализации работ и услуг; предложенный механизм оценки внедрен в процесс определения стоимости некоторых компаний сферы услуг нефтегазового комплекса Самарской области, что может свидетельствовать о дальнейшем практическом использовании результатов диссертации.