

УДК 336.647

## ***ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА***

***Бакланова М.В.<sup>1</sup>***

*магистр,*

*Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации,  
Москва, Россия.*

### **Аннотация**

Тема исследования довольно-таки актуальна, так как стоимость компании в современном мире является основным показателем успешности существования бизнеса. Целью исследования является рассмотрение факторов, которые влияют на стоимость бизнеса.

В заключение сделаны выводы о том, что оценка стоимости компании необходима при принятии решения о продаже, покупке или инвестировании в бизнес, а также определении цены для возможных сотрудничеств и партнерств. Эта процедура позволяет бизнесменам, инвесторам и финансовым аналитикам определить финансовую ценность предприятия в текущий момент и его потенциал для будущего роста.

**Ключевые слова:** оценка, рыночная стоимость, стоимость бизнеса, внешние и внутренние факторы.

## ***FACTORS AFFECTING THE VALUE OF A BUSINESS***

***Baklanova M.V.***

*Master's degree,*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russia.*

---

<sup>1</sup> Научный руководитель – Дохоян З. М., кандидат экономических наук, доцент Кафедры финансового и инвестиционного менеджмента Финансового университета при Правительстве РФ  
Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

## Annotation

The research topic is quite relevant, since the value of a company in the modern world is the main indicator of the success of a business. The purpose of the study is to consider the factors that affect the value of a business.

In conclusion, it is concluded that assessing the value of a company is necessary when deciding whether to sell, buy or invest in a business, as well as determining the price for possible collaborations and partnerships. This procedure allows businessmen, investors, and financial analysts to determine the current financial value of an enterprise and its potential for future growth.

**Keywords:** valuation, market value, business value, external and internal factors.

Стоимость бизнеса определяется множеством факторов, включая финансовые показатели (прибыльность, денежные потоки), рыночную позицию, качество управления, состояние активов, отраслевые тренды, экономическую конъюнктуру и юридические риски.

Определяя стоимость бизнеса, необходимо принимать во внимание множество разнообразных факторов, как внутри компании, так и во внешней среде. Сосредоточимся на ключевых аспектах, оказывающих решающее влияние на стоимость компании.

«Финансовые показатели компании играют важную роль при оценке её стоимости. Они помогают определить текущую и будущую прибыльность компании, ее финансовую стабильность и потенциал для роста.

Финансовые показатели, которые учитываются при расчете стоимости компании:

- Выручка компании отражает общий объем продаж и позволяет оценить востребованность продукции или услуг на рынке.
- Прибыль компании позволяет оценить эффективность управления компанией и ее способность генерировать прибыль.

– Денежный поток компании отражает ее способность генерировать денежные средства из операционной деятельности. Он позволяет оценить финансовую устойчивость компании и ее способность погасить долги и инвестировать в будущий рост.

– Активы и обязательства. Активы компании, например, недвижимость, оборудование и интеллектуальная собственность, могут увеличить стоимости компании. Обязательства, например, кредиторская задолженность или долги перед собственниками, могут снизить стоимость компании.

– Рентабельность позволяет оценить эффективность использования ее ресурсов и генерацию прибыли» [8, с. 128].

Рыночная конъюнктура имеет значительное влияние на стоимость компании. Рассмотрим факторы, которые следует учитывать при оценке:

– «Спрос и предложение. Если спрос на продукты или услуги компании превышает предложение, стоимость компании будет повышаться, так как она может получить больше выручки и прибыли в перспективе. Однако, если предложение превышает спрос, стоимость компании придется снизить.

– Конкуренция. Уровень конкуренции в отрасли также влияет на стоимость компании. Высокая конкуренция в отрасли негативно влияет на стоимость компании, так как она может столкнуться с трудностями в привлечении клиентов и увеличении прибыли в будущем. С другой стороны, если компания имеет конкурентные преимущества и выделяется на рынке, это повышает ее стоимость.

– Экономические условия. Общие экономические условия, например, инфляция, процентные ставки, уровень безработицы, могут оказывать влияние на стоимость компании. Например, высокая инфляция может увеличить затраты компании и снизить ее прибыль, что негативно отразится на ее стоимости» [14, с. 45].

«Тренды и прогнозы отрасли также важны при оценке стоимости компании. Факторы, которые следует учитывать:

– Рост отрасли. Если отрасль демонстрирует стабильный и быстрый рост, стоимость компании повышается. Растущий рынок предоставляет больше возможностей для компании увеличить выручку и прибыль.

– Технологические инновации. Технологические инновации могут существенно изменить отрасль и создать новые возможности для компании. Если компания находится на этапе внедрения новых перспективных технологий, это положительно влияет на её стоимость.

– Регулятивные изменения. Изменения в законодательстве и регулировании могут оказать влияние на отрасль и компанию. Некоторые регулятивные изменения могут создать новые возможности для компании, в то время как другие могут внести дополнительные риски и ограничения.

– Демографические изменения. Изменения в демографической ситуации, такие как изменение потребительских предпочтений или рост населения, могут корректировать спрос на продукты или услуги компании» [11, с. 325].

Бренд компании и его узнаваемость существенно влияют на определение рыночной стоимости компании. Бренд включает отличительное название, эмблемы, графические решения или их сочетание, выделяющие товары и сервисы организации среди альтернатив. Компании с сильным брендом и широким признанием зачастую опережают соперников, завоевывая новых потребителей и сохраняя верность текущих. Для измерения популярности торговой марки применяются разнообразные техники. В частности, исследование сегмента рынка помогает установить масштаб присутствия организации и её положение среди конкурентов. Дополнительно возможно проведение опросов потребительского мнения для выяснения образа организации в глазах клиентов и ассоциаций, вызываемых её брендом.

Репутация компании существенно влияет на определение ее финансовой стоимости. Восприятие репутации в обществе, включая корпоративные ценности, надежность товаров, обслуживание потребителей и иные характеристики, формирует общественное представление о компании. Благоприятный имидж способствует расширению клиентской базы, укреплению привязанности покупателей и росту доходности бизнеса. При финансовой оценке предприятия анализируется его позиция в бизнес-среде. Этот анализ может охватывать мнения потребителей, степень общественного доверия, экспертные оценки и заключения независимых аналитических структур.

Организации, заслужившие положительное общественное мнение, часто обладают повышенной рыночной ценностью, так как их узнаваемость и позитивный имидж представляют собой нематериальные, но существенные достоинства, обеспечивающие устойчивое развитие и преимущество перед конкурентами. Следует учитывать, что восприятие бизнеса в обществе не статично и может трансформироваться. Следовательно, при определении финансовой оценки предприятия необходимо анализировать не только существующую репутацию, но и прогнозировать возможные изменения общественного мнения в дальнейшей перспективе.

Таким образом, оценка компании — процедура, необходимая при купле-продаже бизнеса или вливании инвестиций в предприятие. Конечный результат оценки — многофакторная величина, которая будет сильно зависеть от многих внутренних показателей компании, внешних локальных и отраслевых параметров, а также выбранного метода оценивания. Ошибка в одном из факторов оценивания может существенно исказить конечный результат.

Для достижения наиболее точных результатов рекомендуется проводить оценку компании с участием профессиональных финансовых экспертов или консультантов, которые имеют опыт в данной области. Они помогут

предоставить объективную оценку стоимости компании и принять правильные инвестиционные решения.

Итак, «к основным факторам, определяющим рыночную стоимость, относятся: спрос, доход компании, сопутствующие риски, среднерыночная доходность аналогичных компаний, прибыль, состав и структура активов и обязательств, и рыночная конъюнктура» [15, с. 54].

Важно отметить, что оценка стоимости компании необходима при принятии решения о продаже, покупке или инвестировании в бизнес, а также определении цены для возможных союзов и партнерств. Эта процедура позволяет бизнесменам, инвесторам и финансовым аналитикам определить финансовую ценность предприятия в текущий момент и его потенциал для будущего роста.

### **Библиографический список:**

1. Федеральный закон от 29.07.1998 N 135-ФЗ (ред. от 14.02.2024) «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <http://www.consultant.ru/>. (Дата обращения: 19.04.2025).
2. Ворона-Сливинская Л.Г. Актуальность доходного подхода для оценки перспектив развития инвестиционных проектов компании // Colloquium-journal. 2022. №21 (45). – С.125-129
3. Зубарев И.С. Сравнительный подход в анализе финансовых и нефинансовых показателей деятельности компании // Вестник евразийской науки. - 2020. - №1. – С. 124-129.
4. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. – М.. Финансы и статистика, 2024. – 287 с.

5. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 377 с.
6. Мнацаканян А. Г., Харин А. Г. Стоимостный подход к управлению бизнесом в эпоху цифровизации // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2020. – № 5. – С. 87-96.
7. Незамайкин, В.Н. Финансовый менеджмент. учебник для бакалавров / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова. – Люберцы: Юрайт, 2024. – 467 с.
8. Петько Н.В. Оценка рыночной стоимости компании // Вестник НИБ. - 2022. - №31. – С. 128-132.
9. Рожкова В. В., Головецкий Н. Я. Влияние финансовой устойчивости на оценку бизнеса // Вестник евразийской науки. – 2023. – №1. – С. 23-33.
10. Спиридонова Е. А. Оценка стоимости бизнеса : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2024. – 317 с.
11. Тертышник М.И. Оценка стоимости компании и производственный потенциал компании // АНИ: экономика и управление. - 2021. - №1 (34). – С. 325-328.
12. Федорова Т.А. Повышение надежности согласования результатов оценок рыночной стоимости при выведении итоговой величины рыночной стоимости бизнеса // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. - 2022. - № 2-1. - С. 301-311.
13. Финансовые аспекты устойчивого развития предприятий рыбохозяйственного комплекса: теория, методология и практика : [монография] / А. Г. Мнацаканян, О. В. Корнева, Р. А. Мнацаканян, А. Г. Харин. - Калининград : КГТУ, 2022. - 167 с.

14. Щербаков В.А. Оценка стоимости компании (бизнеса) / В.А. Щербаков, Н.А. Щербакова. – 2-е изд., испр. – Москва: Омега – Л, 2022. – 290 с.
15. Юрич И.С. Совершенствование подходов к оценке стоимости компании //International scientific review. - 2022. - № 5 (15). - С. 54-58.

*Оригинальность 75%*