**Эмпирические правила оценки бизнеса**

Кэтрин Ф. Эшуолд (Kathryn F. Aschwald), глава и основательница компании Columbia Financial Advisors, Inc. — фирмы, работающей в области оценки бизнеса и финансовых консультаций.

Эмпирические правила похожи на необходимые в быту инструменты. Не прибегая к анализу огромных массивов данных, они позволяют взглянуть изнутри на проблемы стоимости предприятия, компании или доли в ней, а также на вопросы обеспечения и надежности бизнеса.

Эмпирическое правило — не что иное, как рецепт домашнего приготовления, используемый при оценке. Такое руководство к действию легко запомнить, а располагается эта путеводная нить где-то посередине между математической формулой и гаданием на кофейной гуще. Эмпирические правила похожи на необходимые в быту инструменты. С их помощью легче вникнуть в тонкости обсуждаемого вопроса, поскольку они дают возможность почувствовать суть дела. Возникновение современной практики использования эмпирических правил уходит корнями в проблемы, связанные с необъятностью массива накопленной информации. Среднестатистический человек, сталкиваясь с компьютером, объемистыми томами информационных изданий и несколькими докторскими диссертациями в придачу, испытывает ту же растерянность, что и начинающий химик, пытающийся изготовить порох, не зная при этом соответствующей формулы.

Эмпирические правила позволяют взглянуть изнутри на проблемы стоимости предприятия, компании или доли в ней, а также на вопросы обеспечения и надежности бизнеса. Тем не менее, данные о стоимости, полученные с использованием эмпирических правил, должны играть решающую роль при принятии решения только если они подкреплены другими методами оценки.

Гленн Десмонд, автор книги «Руководство по формулам оценки малого бизнеса и эмпирическими правилам» (Glenn Desmond, Handbook of Small Business Valuation Formulas and Rules of Thumb), перечисляет некоторые преимущества использования эмпирических правил. Их преимущества таковы:

Они вырабатываются на основе рыночных условий.

Они дают возможность сравнить предложения на рынке.

Они служат в качестве универсального руководства.

Они определяют диапазон цен.

Они просты в использовании.

Они могут применяться дня предварительной оценки.

Есть и недостатки:

Они по определению являются указаниями общего характера.

Не существует единой формулы на все случаи жизни.

Не все вилы бизнеса имеют спрос на рынке.

Указанные ниже эмпирические правила и показатели были собраны нами из различных источников. Большинство из них представляет собой процентное выражение величины валового дохода (объема реализации, суммы оплаченных счетов за год, годовой величины валового дохода, годового размера полученных гонораров, годовой выручки, причем все они равноценны в смысле применения эмпирических правил). Убедитесь, что отрезок времени — «месяц», «год», «годовой», — соответствует тому эмпирическому правилу, которое вы используете. Скорректированный годовой объем дохода в случае применения эмпирического правила соответствует общему денежному потоку, включая заработную плату владельца и чистую прибыль самого бизнеса. Другими словами, это величина пересмотренного, нормированного дохода, который часто называют дискреционным доходом продавца или наличными средствами компании.

Одним из самых распространенных методов установления цены является нахождение величины, кратной величине так называемых дискреционных наличных средств продавца (Sellers Discretionary Cash — SDC). Основная область применения SDC — это оценка предприятий малого бизнеса. SDC представляет собой общий денежный поток компании, включая чистую прибыль, амортизацию (в большинстве случаев), заработную плату владельца или суммы из средств компании, которыми пользуется владелец, проценты, завышенные суммы заработка и льгот членов семьи, затраты на оплату автомобилей, командировочные расходы — все издержки, не относящиеся к основной деятельности компании. Другими словами, это расход денежных сумм на усмотрение владельца, после оплаты всех издержек, необходимых для функционирования основного производства.

В некоторых из нижеприведенных правил упоминается термин «оговорка о привязке цены компании к уровню доходов в будущем». Смысл его заключается в том, что в зависимости от типа бизнеса, и, как правило, отличных связей владельца, цена предприятия в конечном счёте зависит от объема продаж или выручки при новом владельце. Окончательная цена корректируется с учетом этого фактора, обычно в конце первого года после покупки.

Бухгалтерская (консультационно-аудиторская) фирма/практика. 90%-150% суммы выставленных счетов за год + стоимость основных средств + (как правило) гарантия сохранения прежнего товарооборота (по сумме выставленных счетов) в течение одного года.

Рекламное агентство. 75% годовой выручки (суммы выставленных счетов). Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Служба ответов на телефонные звонки. Месячная сумма оплаченных счетов, умноженная на коэффициент от 13 до 16. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Магазин верней одежды. Объем SDC, умноженный на коэффициент от 0,75 до 1,5. Прибавьте стоимость оборудования и товарно-материальных запасов.

Мастерская по ремонту бытовой техники. Объем SDC, умноженный на коэффициент от 1 до 1,5. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов, приспособлений и оборудования.

Мастерская по ремонту кузовов автомобилей. 35-40% годовой валовой выручки.

Автодилер, продажа новых автомобилей. 50% SDC. Прибавьте стоимость товарного запаса автомобилей (новых и подержанных), а также запчастей, приспособлений и оборудования.

Автодилер, продажа подержанных автомобилей. Балансовая стоимость автомобилей по оптовым ценам плюс стоимость товарно-материальных запасов. Не включает «гудвилл». Прибавьте стоимость запчастей, приспособлений и оборудования.

Запасные части для автомобилей, розничная торговля. Месячный объем продаж, умноженный на 4. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Запасные части, аксессуары и другие детали для автомобилей. 30% годового объема продаж.

Прокат автомобилей. Кол-во автомобилей, умноженное на $1000.

Ремонт автомобилей. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 3. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Автосервис/шиномонтаж. Объем SDC, умноженный на коэффициент от 2 до 3, плюс стоимость товарно-материальных запасов. Если объем продаж превышает 1 млн. долл. в год, в соответствии с эмпирическими правилами берется 40% общего годового объема продаж.

Автомобили/аварийно-спасательные работы/ переработка/ демонтаж/ скрапоразделочный двор. Месячный объем продаж, умноженный на 2. Прибавьте стоимость материальных активов.

Булочная (бублики, рогалики). 30% годового валового объема продаж.

Пекарня. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 4. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Пекарня и кафе. 35-40% годового объема продаж.

Парикмахерская. 10-25% SDC. Прибавьте $1500 на одно кресло.

Салон красоты. 25-35% годовой валовой выручки. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Гостиница с завтраком. От $50000 до $100000 на один гостиничный номер.

Мелкооптовая торговля пивом. Сумма продаж за последние 12 месяцев из расчета $1,50 за коробку. Прибавьте стоимость материальных активов и товарно-материальных запасов.

Магазин розничной торговли пивом и вином. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 4. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Бильярдная. 45% годового объема реализации услуг.

Бухгалтерская фирма (услуги в сфере бухгалтерского учета). 50% годовой валовой выручки.

Книжный магазин. 40-45% годового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов

Боулинг. Годовой объем SDC, умноженный на коэффициент от 5 до 6 (если продастся вместе с недвижимостью). Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов. Если продается без недвижимости, годовой объем SDC, умноженный на коэффициент от 3 до 4. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Пивной бар. 40% годового объема продаж.

Фирма или магазин строительных материалов со складом пиломатериалов. 25% годового объема SDC. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Кондитерский магазин. 30-35% годового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Мойка автомобилей, комплексное обслуживание. 1 годовой объем валовой выручки.

Мойка автомобилей, без заправки. 1 годовой объем валовой выручки.

Обслуживание банкетов/доставка готовых блюд на дом. 25% годового объема продаж.

Гриль-бар (цыплята-гриль)/торговля на вынос. 37-40% годового валового объема продаж.

Кабинет мануальной терапии. 20-70% годовой выручки. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Коктейль-бар. 40-45% годового валового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Магазин «кофе-чай». 40-45% годового валового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Строительные работы/монтаж систем отопления и кондиционирования. 20-25% годовой валовой выручки.

Небольшой магазин самообслуживания (с удлинённым рабочим днем). 15-25% годового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Небольшой магазин самообслуживания (с удлиненным рабочим днем), без продажи пива и без заправки автомобилей. 10% годового валового объема продаж. Эмпирическое правило: прибавьте 10% для независимых магазинов.

Кулинария. Продажа на вынос/закусочная: 35-40% годового валового объема продаж; фабрика-кухня: 50-55% годового валового объема продаж; в офисных зданиях. 45-50% годового валового объема продаж.

Стоматологическая лаборатория. SDC + оборудование и товарно-материальные запасы; объем SDC, умноженный на 2, включая стоимость оборудования и товарно-материальных запасов.

Стоматологическая практика. Чистые активы + 25-30% годовой выручки. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Ресторан-закусочная. 30% годового объема продаж.

Служба прямой рассылки, рекламное агентство. 40 % годовой валовой выручки.

Дистрибьютор, электротовары. 25% годовой валовой выручки.

Дистрибьютор, продукты питания. 35-40% годовой валовой выручки.

Дистрибьютор, промышленное снабжение. 30% годовой валовой выручки.

Дистрибьютор, медицинское оборудование и материалы. 50% годовой валовой выручки.

Магазин одежды. Месячный объем продаж, умноженный на 2. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Химчистка. 80-110% годового валового объема продаж.

Агентство по трудоустройству. 50% годовой валовой выручки. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Инжиниринговая/архитектурная фирма. 40% годовой суммы полученных гонораров. Прибавьте стоимость приспособлений и оборудования. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Прокат оборудования. 95-100% годового валового объема продаж.

Магазин ткани/рукоделие. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 3. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Фитнесс-центр. Годовая валовая выручка за последний год.

Цветочный магазин (магазин цветоводства). 25-30% годового объема продаж. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Похоронное бюро (ритуальный зал). Годовой объем реализации услуг. Прибавьте стоимость приспособлений и оборудования.

Магазин мебели/бытовых электроприборов. 10% годового объема продаж. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Вывоз мусора и отходов. Годовой валовой объем продаж, умноженный на коэффициент от 1,5 до 2,5.

Цветоводческий центр/питомник. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 4. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Автозаправочная станция, с полным обслуживанием или с системой самообслуживания. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 3. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Бензоколонка при мини-маркете. 14% годового валового объема продаж.

Магазин подарков. 30% годового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Магазин деликатесов. 20% годового объема продаж плюс стоимость товарно-материальных запасов.

Бакалейный магазин. 11 % годового валового объема продаж.

Магазин диетических продуктов. Годовой объем SDC, умноженный на коэффициент от 1 до 1,5. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Гостиница (загородная). $50000 -$ 100000 за гостиничный номер.

Страховое агентство. 100% годовой валовой суммы комиссионных. (Относится к многопрофильным агентствам с валовой суммой комиссионных $100000-$200000)

Обслуживание зданий и сооружений. 55% годового валового объема реализации услуг.

Архитектурно-ландшафтные работы. 40-50% годовой валовой выручки.

Юридическая практика. 50-100% годовой выручки (суммы гонораров). Стоимость фирм, специализирующихся в области имущественных прав, приближается к 100% указанной суммы. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Прачечная. Недельный объем реализации услуг, умноженный на 25.

Винный магазин. 27% годового валового объема продаж.

Аренда автомобилей представительского класса. 75% годовой выручки.

Магазин/мастерская по ремонту замков и изготовлению ключей. Месячный валовой объем продаж , умноженный на 4.

Производство (общий случай). 40% годового валового объема продаж.

Мясной магазин. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 5. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Медицинская практика. Для небольшой практики: 20-40% годовой выручки (суммы гонораров); практика с суммой гонораров $125000: 20-60% указанной суммы. Оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем может потребоваться в обоих случаях.

Кинотеатр. 4-6% годового валового объема продаж. Прибавьте стоимость приспособлений и оборудования.

Музыкальный магазин. Обьем SDC, умноженный на коэффициент от 4 до 7, плюс стоимость приспособлений и оборудования.

Газета (ежедневная). 100-150% годового валового объема продаж.

Газета (ежедневная газета рекламных объявлений). Годовая валовая выручка, умноженная на коэффициент от 0,75 до 1,5.

Магазин канцелярских товаров. Месячный валовой объем продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Агентство по подбору персонала. Годовая выручка, умноженная па коэффициент от 0,75 до 1, включая оборудование.

Зоомагазин. 35-40% годового валового объема продаж.

Аптека. Дневной объем продаж, умноженный на 100 (коэффициент может варьироваться в пределах от 80 до 120). Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Фото-студия. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 3. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Типография. 50-55% скорректированной годовой суммы доходов. Прибавьте стоимость приспособлений, оборудования и товарно-материальных запасов.

Печатные работы (копировальные работы, офсетная печать, изготовление визиток, переплетные работы и т.п.). 50% годового валового объема продаж.

Печатные работы (на месте) (по договору франшизы). Валовой объем продаж за 3 месяца плюс стоимость сопоставимого договора франшизы.

Рынок сельскохозяйственной продукции. Месячный валовой объем продаж, умноженный на 3. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Издательство. 71 % годовой валовой выручки.

Радиостанция. Годовая валовая выручка, умноженная на коэффициент от 1,5 до 6.

Фирма по предоставлению услуг в области купли-продажи недвижимости/бизнеса. 30-50% годовой суммы комиссионных. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Ресторан. Объем SDC, умноженный на 2 (3 макс): повседневного стиля: 33% годового объема продаж; парадного стиля: 20-30% годового объема продаж.

Ресторан (без продажи спиртных напитков). 44% годового объема продаж.

Ресторан быстрого питания. 35-45% годового валового объема продаж.

Предприятие розничной торговли (в общем случае). 25-50% годового валового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Служба доставки (в общем случае). Объем SDC, умноженный на коэффициент от 1,5 до 2,5. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Профессионально-техническое училище, техникум. Объем SDC, умноженный на коэффициент от 2 до 3.

Изготовление знаков и вывесок. 45-55% годового валового объема продаж.

Магазин спортивных товаров. 40% годового валового объема продаж.

Магазин по продаже автопокрышек. 5% годового объема продаж. Прибавьте стоимость товарно-материальных запасов.

Тур-оператор. Объем SDC, умноженный на 3.

Туристическое агентство. 3-5% годового объема продаж. Туристическое агентство с объемом продаж около 1 млн. долл. работает, скорее всего, на уровне безубыточности, Среднее агентство (с объемом продаж около 2 млн. долл.): сумма доходов до налогообложения, умноженная на 2, или 4% общего объема продаж 10% валового объема продаж или 3% объема продаж до уплаты налогов или 6% выручки от реализации после уплаты налогов.

Стоянка для грузовых автомобилей. Объем SDC, умноженный на коэффициент от 2 до 3.

Обслуживание торговых автоматов. 55-65% годового валового объема продаж.

Ветеринарная практика, мелкие животные. 25-125% годовой выручки. Может потребоваться оговорка о привязке цены к уровню доходов в будущем.

Видео-магазин. SDC плюс обоснованная рыночная стоимость товарно-материальных запасов (не по себестоимости).