

Метод оценки компании по аналогии имеет массу уязвимых мест. Его обвиняют в неточности, а тех, кто его применяет, – в манипулировании и шаманстве. Тем не менее существует масса ситуаций, когда он становится полезным и эффективным инструментом. Теперь об этом можно почитать и в книге.

Что самое страшное, чего можно ожидать от сочинений российских авторов? Пересказ почерпнутых из западных книг идей, подкрепленных взятыми оттуда же примерами. Наверное, при определенном уровне владения словом может получиться увлекательно. Получается же это у Кевина Дробо и Сэта Година. Новых мыслей по большому счету нет, зато эффект есть. Наверное, и наши так смогли бы. Но как-то не выходит пока. Поэтому от книги отечественного автора ждешь – в идеале – "разговора с умным человеком" о некоей проблеме, им лично выстраданной. Которой он с читателями и делится.

В общем-то к этому идеалу и приближается книга Елены Чирковой. По ощущениям картина складывается такая: работал человек в области корпоративных финансов 10 лет. Был вице-президентом в "Тройке Диалог", служил в департаменте слияний, поглощений и привлечения инвестиций в Deloitte. Даже в Гарварде Чиркова преподавала, на экономическом факультете. И все это время решала разные житейские задачки, ответов на которые книжки не дают. И вот наконец наболело.

В результате книга со скучнейшим названием оказалась довольно человеческой. Как будто посадили перед автором клиента, которому надо популярно разъяснить, почему при оценке его компании выбрали те значения мультипликаторов, а не иные. Вот автор и разъясняет. Безусловно, оценка бизнеса по аналогии – тема сложная. И в плане практического применения, и в плане рассказа о нем. Дело в том, что:

а) многим непонятно, зачем он вообще нужен;
б) еще больше людей уверены, что работа с мультипликаторами сродни шаманству. Либо получится полная ерунда, либо оценщик займется в математику, а то и вовсе подгонит данные под заранее известное решение.

Почему? Для того чтобы провести оценку сравнительным методом нужно, во-первых, найти компанию-аналог... В принципе на этом пояснения можно заканчивать. Даже на западном рынке с накопленными колоссальными массивами данных сделать это не так-то просто. Дальше – хуже. Показатели оцениваемой компании вычисляются умножением показателей компании-аналога на некие (также определенные исследователем) коэффициенты. Какие показатели выбрать? На какие мультипликаторы умножать? Как высчитать их справедливое значение? Как учесть массу сопутствующих факторов? Становится понятно, почему оценку по аналогу на Западе называют quick & dirty ("быстро, но неточно"). Понятно также и то, как много в этом методе остается места для творчества.

Зачем же она нужна? Оценка по аналогии полезна, когда требуется мгновенная проверка, прикидка, упрощенная оценка; ее удобно применять при недостатке данных (например, если нельзя применить так любимый оценщиками метода дисконтирования денежных потоков); если нужно выработать оценку, в которой будет учтено состояние рынка, как правило, далекого от эффективного состояния, а значит – постоянно так или иначе корректирующего стоимость ценной бумаги.

Что же мы найдем в этой книге? Практически все. Учет нюансов дивидендной политики, роста компании, колебаний показателей доходности и прибыльности, манипулирования акционерным капиталом (эмиссия, выкуп и т. д.) и массу других встречавшихся всем факторов, из которых, собственно, и складывается истинная цена компании.

И хоть сама Елена Чиркова рекомендует скептически относиться к готовым, рассчитанным на все случаи жизни шаблонам, каждому, кто занимается оценкой бизнеса, стоит иметь ее книгу под рукой. По крайней мере пройти с ней весь этот путь будет удобно и

комфортно. Как при личной беседе с приятным собеседником.