

Захарова А.Р., Бикметов Р.Ш. Оценка ресторанного бизнеса (ресторана) // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №4 (апрель). – АРТ 303-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.22

Захарова Анастасия Романовна
студент 4 курса, факультет экономический
Бикметов Р.Ш.,
к.социол.н., доцент
Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный
университет»
г. Стерлитамак, Российская Федерация
e-mail: nastya.zaha@mail.ru

ОЦЕНКА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА (РЕСТОРАНА)

Аннотация: Данная статья посвящена оценке ресторанного бизнеса. Проанализированы методы оценки ресторанного бизнеса, выявлены их положительные и отрицательные стороны.

Ключевые слова: ресторан, ресторанный бизнес, оценка, методики оценки бизнеса.

Zaharova Anastasiya
4nd year student, features of economics
R. Bikmetov, Candidate of sociological Sciences, Associate Professor
Sterlitamak branchFGBOU VPO "Bashkir State University"
Sterlitamak, Russian Federation
e-mail: nastya.zaha@mail.ru

THE PURPOSE OF THE VALUATION AND TYPES OF VALUE

Abstract: This article focuses on the assessment of the restaurant business. Analyzed the methods of evaluation of the restaurant business, identified their positive and negative sides.

Keywords: restaurant, restaurant business, assessment, business valuation techniques.

Одну из главных ролей в разработке стратегии продажи ресторана играет оценка, как и любого другого бизнеса. От того, насколько заявленная цена соответствует действительному положению дел, зависит не только время реализации бизнеса, но и сама возможность существовать в дальнейшем.

Стоимость услуг оценки ресторанного бизнеса зависит от объекта оценки, цели оценки, сроков подготовки отчета об оценке. Цена услуги оценки ресторанного бизнеса может быть определена после ознакомления оценщика с документами на объект оценки.

Оценивая ресторанный бизнес, надо учитывать целый ряд факторов, определяющих его способность приносить прибыль. Оказывает значительное влияние на способность ресторана приносить прибыль и соответственно на его стоимость. Важно обеспечить также и надлежащую внешнюю составляющую ресторана. Необходимо сделать в первую очередь, так это сформировать мнение об основных параметрах объекта оценки, а именно: дата открытия ресторана; общая площадь ресторана; количество столиков в зале: количество столиков на ней; площадь кухни; посещаемости ресторана (объем посетителей (большой или маленький поток), количество

свободных столиков в час пиковой нагрузки, дни/часы с максимальной нагрузкой, информацию о количестве посетителей в день по количеству чеков); средний чек; оборачиваемости (количество посетителей на одно посадочное место в день); выручка с разбивкой по месяцам; местоположение ресторана относительно пешеходных и транспортных потоков в непосредственной близости, видимости объекта с улицы, перспектива района расположения ресторана и прочее; наличие парковки; товарный знак (бренд) ресторана (престижность, узнаваемость); вид прав на объект недвижимости, в котором расположен объект. Все эти критерии с максимальной возможной точностью анализируются специалистами для более точной оценки ресторана.

Обязательно необходимо провести дополнительный анализ на предмет отсутствия рисков, связанных с расторжением действующих договоров аренды и проанализировать состав и техническое состояние оборудования ресторана и выявить наиболее дорогостоящие позиции. А также необходимо проанализировать имеющиеся лицензии и разрешения на предмет соответствия деятельности ресторана, получить график работы персонала, а также информацию о его составе, величине окладов, системе премирования.

У потенциального покупателя наибольшую озабоченность вызывают признаки физического износа или функционального устаревания объекта продажи. Бывают и неудачные запуски, и владелец, чувствуя, что не сможет своими силами вывести ресторан на требуемый уровень рентабельности, также может решить продать дело новому собственнику до того, как финансовое состояние ресторана окончательно ухудшится.

Для определения рыночной стоимости эксперты применяют два вида критериев: качественные и расчетные. К первым критериям относятся место

расположения, качество интерьера, репутация и т.д. Ко вторым критериям относятся цена земельного участка, цена здания (помещения), среднюю выручку и другие четко выражаемые числами показатели.

Целей оценки ресторана множество. Например, привлечение инвесторов и реализация инвестиционного проекта, планируемая продажа или покупка, раздел активов между владельцами и участниками, банкротство, ликвидация, реструктуризация, кредитование под залог ресторанного бизнеса, имущественные споры и необходимость их разрешение, страхование, оформление наследства, дарение.

Не последнюю роль в деле формирования цены ресторана играет его имидж. Он складывается из качества предлагаемой посетителю кухни, из сформировавшегося клиентского контингента, качества обслуживания. Необходимо привлекать клиента необычной, новой концепцией, так как для потенциального посетителя важно, насколько известен бренд. Большую роль играют профессиональная организация и высокое качество обслуживания. Для создания положительного имиджа компании необходима эффективная реклама, но без ее подтверждения практикой работы крайне сложно получить прибыль в сколько-нибудь значительном временном интервале.

По мнению многих оценщиков, доходный подход представляет собой наиболее подходящий метод оценки ресторанов, поскольку он позволяет потенциальному покупателю принять подкрепленное информацией решение о капиталовложениях, основанное на данных о прошлых доходах предприятия. Обоснованная рыночная стоимость бизнеса определяется его прибыльностью, которая соотносится с наличием денежного потока, генерирующего средства, необходимые для обслуживания долга и обеспечения достаточной, соизмеримой со степенью риска доходности

инвестиций владельца. Если инвестор теоретически может ежегодно в течение пяти лет получать прибыль в размере 20% за счет вложения средств, в профессионально управляемый портфель акций, то с учетом риска и ответственности, сопряженных с владением рестораном, ставка доходности по инвестициям в данный вид бизнеса должна быть гораздо выше.

В рамках доходного подхода выделяют два основных метода: метод капитализации и метод дисконтирования денежных потоков, применяемый в случае прогнозирования изменяющихся доходов, — именно он чаще всего используется применительно к малым и средним компаниям. Кроме того, по-разному оцениваются бизнесы, продаваемые вместе с недвижимостью и работающие на арендованных площадях. В первом случае стоимость объекта будет определяться как сумма двух цен: помещения и предпринимательского проекта.

Некоторые специалисты, занимающиеся оценкой ресторанов, отстаивают применение подхода, основанного на прямых рыночных данных, при котором используются данные о сделках, основанные на реальных ценах продаж сходных предприятий. На протяжении многих лет данный подход имел ограниченное применение из-за трудностей, связанных с получением надежной и проверенной информации. Очень немногие рестораны имеют достаточное количество общих характеристик, дающих возможность проведения сопоставления с получением значимых результатов. Кроме этого, достаточно сложно получить информацию о стоимости таких активов, как лицензия на торговлю спиртными напитками, соглашение об отказе от участия в конкуренции. Если же в наличии имеется достаточно данных по конкретным сделкам купли-продажи ресторанов, рыночный подход может применяться весьма эффективно. Рыночный

подход особенно часто используется при купле-продаже лицензии на эксплуатацию ресторана.

Затратный подход сопряжен с проведением оценки остаточной стоимости воспроизводства или замещения улучшений, имеющих в ресторане. Стоимость замещения соответственно равна стоимости воспроизводства объекта и создания улучшений, которые равны по качеству существующим улучшениям, определяют на конкретный момент времени. Из этой величины вычитается вся амортизация с учётом уменьшения стоимости, вызванной физическим износом либо функциональным или экономическим устареванием. Большинство оценщиков считают этот метод наименее надежным способом определения стоимости ресторанов, поскольку стоимость активов должна быть соразмерна их способности генерировать продажи и прибыли. Стоимость одних ресторанов превышает стоимость их активов, в то время как для других она значительно ниже стоимости активов. Еще один недостаток этого метода заключается в том, что при его использовании не учитывается ни объем продаж, ни объем прибыли. Поэтому затратный подход применяется главным образом при переоценке основных фондов, для объектов, не предназначенных для получения прибыли, и при распродаже имущества ресторана.

Метод сравнительных продаж – это метод оценки стоимости путем сравнения недавних продаж аналогичных или сравнимых объектов с оцениваемым объектом. Для корректности аналогии часто проводится ряд корректировок, которые учитывают различие между бизнесами. Данный метод эффективен для активного рынка, на котором можно и возможно найти сходные сделки и собрать по ним требующуюся информацию.

Затратный метод – это метод, который основан на определении затрат на создание данного бизнеса, его активов, разрешительной документации, товарного знака, новых технологий и т.д. за вычетом стоимости обязательств. При этом можно учитывать обычные в подобных случаях прямые и косвенные затраты.

Доходный метод – это способ оценки стоимости объекта, согласно которому рыночная стоимость рассчитывается на базе приведенной стоимости будущих доходов, то есть в основе метода лежит принцип ожидания будущих выгод.

Метод капитализации - данный метод заключается в расчете текущей стоимости доходов, полученных от использования объекта, с помощью коэффициента капитализации. Применяется в тех случаях, когда имеется достаточное количество данных для оценки дохода, а также доход с недвижимости является стабильным или, по крайней мере, ожидается, что текущие денежные доходы приблизительно будут равны будущим или темпы их роста умеренны. Например, это может касаться объектов с четко определенной арендной платой на многие годы вперед.

Метод дисконтирования - метод основан на определении капитализированной стоимости предполагаемых доходов от функционирования бизнеса, при котором каждый доход или группа доходов со своими ставками дисконтирования последовательно приводятся к величине, равной сумме их текущих стоимостей. Первым этапом происходит расчет стоимости бизнеса, при применении данного метода осуществляется через анализ и прогноз валовых доходов, расходов и инвестиций, расчёт денежных потоков для каждого отчетного года, а также определяется ставка дисконта. Вторым этапом производится дисконтирование полученных денежных потоков, рассчитывается

остаточная стоимость, суммируются текущие стоимости будущих денежных потоков и остаточная стоимость, осуществляется корректировка и проверка полученных результатов.

Также стоимость ресторана можно оценить двумя способами: по стоимости активов и по чистой прибыли.

Оценка по стоимости активов подходит для неприбыльных или закрывающихся ресторанов и включает в себя определение достоверной рыночной цены оборудования ресторана, мебели, фурнитуры и прочих вещей.

Если предметом сделки является действующий ресторан, стоимость можно рассчитать исходя из чистой прибыли, умноженной от двух до пяти раз. При этом цена должна учитывать будущие вложения в оборудование или ремонт, конечно, если они потребуются.

Можно сделать вывод, что на сегодняшний день рестораны привлекают большое число инвесторов из-за того, что рассматриваются в качестве одного из наиболее надежных источников капиталовложений. Многие возможные покупатели склонны видеть управление рестораном не как сферу приложения профессиональных навыков, а как некий вид искусства, не требующий специальной подготовки. При этом предпочтение в таких ситуациях отдается готовому бизнесу во избежание различных проволочек с поисками подходящих помещений, ремонтом, оформлением различных документов и лицензий, наймом персонала, созданием постоянной клиентской базы. Методы и методики определения стоимости ресторана принципиально не отличаются от тех, которые используются по отношению к другим бизнесам «неиндустриального» профиля. Однако единой формулы определения рыночной стоимости не существует. Каждый

ресторан надлежит рассматривать индивидуально, с учетом достоинств, которыми он обладает.

Список использованной литературы:

1. Васильева Л.С. Оценка бизнеса. Учебное пособие. Москва: Изд-во КноРус, 2019. 320 с.
2. Эскиндаров, М.А. Оценка стоимости бизнеса (для бакалавров) / М.А. Эскиндаров; под ред., Федотова М.А. под ред.. - М.: КноРус, 2018. - 256 с.

Дата поступления в редакцию: 01.04.2019 г.

Опубликовано: 08.04.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2019

© Захарова А.Р., Бикметов Р.Ш., 2019