

Zakharchenko E.S., Maksimovskaya A.A.

ASSESSMENT OF MARKET VALUE OF SOCIAL NETWORKS: PRACTICE OF APPLICATION OF THE DISCOUNTED CASH FLOWS METHOD

**Zakharchenko E.S., Rostov-on-Don, PhD in Economics, Associate
Professor, Rostov State University of Economics**

**Maksimovskaya A.A., Rostov-on-Don, student, Rostov State
University of Economics**

Abstract

This article considers the main social networks of Russia. Assessment of the market value of the business of social networks by income approach with the use of the discounted cash flow ("DCF") method is made. This makes it possible to determine the vector of development and demand of paid services on the base of social networks.

Keywords: business valuation, startup, income approach, discounted cash flow method, NPV, social network.

В современном глобализованном обществе с учетом развития цифровой экономики и финансовых технологий трудно представить гражданина в трудоспособном возрасте, а также старше, который не выражал бы заинтересованности быть зарегистрированным в какой-либо социальной сети для различных целей: встречи одноклассников или друзей (vk.com, ok.ru, facebook.com), бизнес-сети или медицинская консультация посредством сетей. Пользователи выходят в Интернет с помощью рабочего компьютера или с мобильного телефона, на занятиях в школах и университетах, на работе и дома. В рунете 59% всех пользователей Интернета проводят время в социальных сетях [1].

Социальные сети признаются самым успешным интернет-стартапом за последнее десятилетие как в России, так и за рубежом.

Аудитория российского интернета постоянно растет и составляет более 67,7 миллиона человек или 59% из всех совершеннолетних граждан РФ [2].

Однако на данный момент существует риск перехода пользователей из социальных сетей в набирающие популярность мессенджеры. В связи с чем возникла необходимость определить тенденции дальнейшего развития и востребованности платных сервисов и услуг на базе социальных сетей. Прогнозируют рост доходов социальных сетей в мире в 2022 г. до 75,6 млрд долл., ввиду наличия высокой доли рекламных доходов в совокупном доходе социальных сетей [3].

Целью исследования является изучение стоимости бизнесов социальных сетей, так как в соответствии с концепцией управления стоимостью компании, рост рыночной стоимости бизнеса является определяющим показателем для принятия управленческих решений [4]. Для ее достижения будет произведен расчет основных экономических показателей деятельности самых популярных социальных сетей в России: «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Instagram».

Одной из самых больших по охвату пользователей социальных сетей на территории России и СНГ является «ВКонтакте». Дата создания — 2006 год, с ежедневной посещаемостью 46 млн. человек с учетом развития новых сервисов, ориентированными на различные нужды посетителей.

Социальная сеть «Одноклассники», являясь второй по посещаемости после «ВКонтакте», объединяет пользователей различных возрастов и интересов. Дата основания 2006 год с сегодняшним охватом более 31 миллиона посетителей в сутки.

Instagram еще одно не менее популярное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, которое достаточно быстро завоевало признание у своих пользователей. Instagram был запущен в 2010г, а уже через 2 года был приобретен Марком Цукербергом за 1 млрд. долл. На сегодняшний день приложение интегрировано с ВКонтакте, Фейсбуком и другими сетями.

Если проводить анализ социальных сетей по их экономическим показателям, то результаты сравнения можно представить в рис. 1:

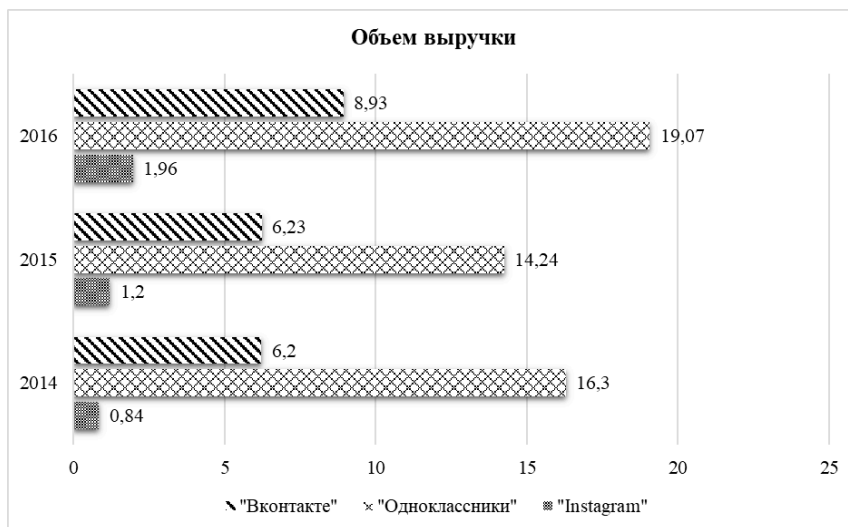


Рис №1. Сравнительный анализ выручки, полученной от деятельности социальных сетей

Социальная сеть «Одноклассники» занимает лидирующую позицию среди представленных социальных сетей по объему выручки, которая за 3 года составила 49,61 млрд. рублей, в то время как общая выручка социальной сети «ВКонтакте» - 21,36 млрд. рублей, что в 2,3 раза меньше, чем у социальной сети «Одноклассники». «Instagram» остается на низшей позиции, уступая «ВКонтакте» и «Одноклассникам» в несколько раз. Однако, можно заметить, что темп прироста выручки «Instagram» за 2015-2016г составил 63,3%, что на 20,5% больше по сравнению в предыдущим периодом. Это объясняется тем, что «Instagram» только в 2016г. открыл продажу реклам в постах.

Любой бизнес является инвестиционным товаром, поскольку вложения в него осуществляются с целью возвращения средств и покрытия рисков в будущем. Расходы на бизнес и получение доходов с него различны по времени. Следует учитывать, что сумма ожидаемой прибыли неизвестна, а при оценке носит достаточно вероятностный характер, поэтому инвестору также следует учитывать риск неудачи. Таким образом, при оценке бизнеса текущая стоимость будущих доходов, которые вероятно получит инвестор, представляет собой рыночную стоимость.

Для целей оценки бизнеса существует 3 основных подхода: доходный, затратный и сравнительный [5]. В данной работе будет применяться доходный подход, метод дисконтирования денежных потоков, который предполагает расчет стоимости бизнеса путем расчета текущей стоимости ожидаемой прибыли. Т.е. доход и прибыль бизнеса рассматривается как основополагающий фактор, который и определит величину стоимости бизнеса. Применение доходного подхода представляется целесообразным при возможности прогнозирования будущих доходов.

Метод дисконтированных денежных потоков (ДДП) является наиболее распространенным и универсальным способом оценки стоимости бизнеса. Он базируется на прогнозах денежных потоков, которые впоследствии дисконтируются из-за растянутости по времени, позволяет определить текущую стоимость будущих доходов. Базовая формула метода ДДП представлена ниже (1.1).

$$NPV \text{ (ДДП)} = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^i} \quad (1.1)$$

Для того чтобы рассчитать NPV для каждой социальной сети, необходимо знать их денежные потоки за определенный период времени, расчет которых представлен в табл.1, а также ставку дисконтирования, определяемую по формуле 1.2 и отраженную в табл.2.

Таблица 1
Денежные потоки основных социальных сетей, млн.руб. [6]

«ВКонтакте»			«Одноклассники»			«Instagram»		
CF_1 (2014)	CF_2 (2015)	CF_3 (2016)	CF_1 (2014)	CF_2 (2015)	CF_3 (2016)	CF_1 (2014)	CF_2 (2015)	CF_3 (2016)
641	709	1100	1211	1057	1415	38	517	940

Ставка дисконтирования рассчитывается на основе кумулятивного метода как сумма безрисковой процентной ставки, инфляции и премии за риск.

Формула расчета ставки дисконтирования с учетом премии за риск:

$$r = r_f + r_p + I \quad (1.2)$$

где:

r – ставка дисконтирования;

r_f – безрисковая процентная ставка;

r_p – премия за риск;

I – процент инфляции.

Т.к. безрисковая процентная ставка, выраженная в доходности ОФЗ, и процент инфляции изменялись за исследуемый период, то и ставку дисконтирования необходимо рассчитывать конкретно для каждого года.

Таблица 2

**Ставка дисконтирования по годам для всех социальных сетей,
в % [7]**

Год	2014	2015	2016
r (%)	38,4	38,9	30,4

Полученных данных достаточно для вычисления NPV по каждому проекту:

1) NPV для социальной сети «ВКонтакте»:

$$NPV = \frac{641}{(1+0,384)} + \frac{709}{(1+0,389)^2} + \frac{1100}{(1+0,304)^3} = 1326,73 \text{ млн.руб.}$$

2) NPV для социальной сети «Одноклассники»:

$$NPV = \frac{1211}{(1+0,384)} + \frac{1057}{(1+0,389)^2} + \frac{1415}{(1+0,304)^3} = 2961,01 \text{ млн.руб.}$$

3) NPV для «Instagram»:

$$NPV = \frac{38}{(1+0,384)} + \frac{517}{(1+0,389)^2} + \frac{940}{(1+0,304)^3} = 719,36 \text{ млн.руб.}$$

Таким образом, на основе расчёта NPV для 3-х социальных сетей, можно видеть, что наиболее прибыльным проектом является социальная сеть «Одноклассники». Его чистый дисконтированный доход составил 2961,01 млн. рублей. Положительное значение показывает, что вызываемый инвестициями денежный поток в течение всей экономической жизни проекта превысит первоначальные капитальные вложения. Это можно объяснить тем, что «Одноклассники» активно продвигает контекстную рекламу и продает стикеры, наклейки и подарки в сети, которые пользуются спросом у пользователей.

В заключении, стоит отметить, что социальная сеть - мощный инструмент продвижения товаров, работ и услуг, который позволяет пользователям общаться друг с другом, а компаниям - получать от этого выгоду. Они стали важным фактором ранней предпринимательской активности, обеспечивают малым нарождающимся бизнесам необходимые финансовые ресурсы и доступ к информации.

References:

- [1] ComScore, Inc Available at: <https://www.comscore.com> (accessed 14 March 2018).
- [2] Volkov D., Goncharov S. Russian media landscape: the basic tendencies of use of media (2017). Available at: <https://www.levada.ru/2017/08/22/16440/> (accessed 14 March 2018).
- [3] Statista. The statistics Portal. Available at: <https://www.statista.com/outlook/220/100/social-media-advertising/worldwide#marketStudy> (accessed 15 March 2018).
- [4] Cherkashina T.A., Zakharchenko E.S. Theoretical aspects of the cost valuation of enterprise with conducting of the transaction of the confluence. Finance and credit. 2013, no.41 (569).
- [5] About the approval of the Federal standard of assessment "General concepts of assessment, approaches to assessment and requirements to evaluating (FSO-1)": the order of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation from 20.05.2015 №297.
- [6] Annual report Mail.ru Group (2016). Available at: <https://corp.imgsmai.ru/media/files/mail.rugrouparfy2016.pdf> (accessed 16 March 2018).
- [7] The Central Bank of Russian Federation. Available at: <https://www.cbr.ru/> (accessed 16 March 2018).

**Egorov E.E., Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Prokhorova M.P.,
Shobonova L.Yu.**

PROJECT MANAGEMENT OF EDUCATIONAL ORGANIZATIONS: EXPERIENCE AND PERSPECTIVS

**Evgeny E. Egorov, Russia, Nizhny Novgorod, Minin University,
Ph.D. in Economics, associated professor, Chair of innovative management
technologies.**

**Tatiana E. Lebedeva, Russia, Nizhny Novgorod, Minin University,
Ph.D. in Pedagogics, associated professor.**

**Svetlana V. Bulganina, Russia, Nizhny Novgorod, Minin
University, Ph.D. in Engineering, associated professor.**

**Maria P. Prokhorova, Russia, Nizhny Novgorod, Minin University,
Ph.D. in Pedagogics, associated professor.**

**Lubov' Yu. Shobonova, Russia, Nizhny Novgorod, Minin
University, Ph.D. in Pedagogics, associated professor**

Abstract

The article is devoted to the description of the achievements and prospects for the development of project management in university conditions. Features of project management of the university, types of project activities, into which employees and teachers of the university can be involved, efficiency from the dissemination of the ideas of project management in higher education organizations are described. The experience of participation of teachers and university staff in various projects, the main motives and difficulties of the project activity is revealed. Proposals for the further development of project management at the university are formulated.

Keywords: project, management, teachers, university, efficiency, integration.

The current stage in the development of vocational education is inextricably linked with the introduction of flexible mechanisms for managing