

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/562999>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Оценка бизнеса

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ ПРИБЫЛИ И БАЛАНСОВОЙ СТОИМОСТИ

5

1.1 Понятие мультипликаторов и их виды 5

1.2 Методические основы применения мультипликаторов 7

ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ ПРИБЫЛИ И БАЛАНСОВОЙ СТОИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «КАМАЗ» 12

2.1 Общая характеристика ПАО «Камаз» 12

2.2 Анализ мультипликаторов прибыли и балансовой стоимости на примере ПАО «Камаз» 19

ГЛАВА 3. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОЦЕНКИ МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ ПРИБЫЛИ И БАЛАНСОВОЙ СТОИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПАО «КАМАЗ» 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 33

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 35

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Мультипликаторы прибыли и балансовой стоимости остаются актуальными инструментами в широком спектре финансовых анализов и оценок. Они предоставляют быстрый и удобный способ сопоставления компаний, определения относительной стоимости активов, а также выявления потенциальных инвестиционных возможностей. Инвесторы и аналитики используют эти мультипликаторы для оценки привлекательности компаний в различных секторах экономики, выявления недооцененных или переоцененных активов и прогнозирования будущей доходности. Несмотря на свою простоту, мультипликаторы являются важной частью комплексного анализа, позволяя получить ценные сведения о финансовом состоянии и перспективах компании.

Применение мультипликаторов прибыли, таких как P/E (цена/прибыль) и PEG (цена/прибыль на рост), позволяет оценить, сколько инвесторы готовы платить за каждую единицу прибыли компании. P/E отражает общую оценку компании относительно ее текущей или будущей прибыли, а PEG учитывает ожидаемый рост прибыли, позволяя более точно сопоставить компании с разными темпами роста. Мультипликаторы балансовой стоимости, такие как P/B (цена/балансовая стоимость), позволяют оценить рыночную стоимость компании относительно ее чистых активов. Этот показатель особенно полезен для компаний с большим количеством материальных активов, таких как производственные предприятия или банки. Сравнение P/B разных компаний помогает определить, какие из них могут быть недооценены рынком относительно стоимости их активов.

Сочетание мультипликаторов прибыли и балансовой стоимости с другими финансовыми показателями и качественной оценкой бизнеса позволяет получить более полное представление о компании и принять обоснованное инвестиционное решение. Важно помнить, что мультипликаторы следует использовать с осторожностью, учитывая отраслевые особенности, стадию развития компании и общеэкономическую ситуацию.

Целью исследования являются исследование мультипликаторов прибыли и балансовой стоимости.

Задачи работы:

- рассмотреть понятие мультипликаторов и их виды;
- разобрать методические основы применения мультипликаторов;
- дать общую характеристику ПАО «Камаз»;
- выполнить анализ мультипликаторов прибыли и балансовой стоимости на примере ПАО «Камаз»;
- разобрать проблемы и пути совершенствования оценки мультипликаторов прибыли и балансовой

стоимости на примере ПАО «КАМАЗ».

Объект исследования - ПАО "КАМАЗ".

Предмет исследования - «доходные» финансовые мультипликаторы, которые применяются при оценке стоимости бизнеса (предприятия).

В работе используются термины и методы анализа, применяемые в экономической науке, метод экономико-статистического анализа, методы группировки, сравнения, методы анализа и синтеза экономической информации.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МУЛЬТИПЛИКАТОРОВ ПРИБЫЛИ И БАЛАНСОВОЙ СТОИМОСТИ

1.1 Понятие мультипликаторов и их виды

Финансовый мультипликатор – это инструмент анализа, применяемый для сопоставления инвестиционной привлекательности компаний из одной отрасли, различающихся по размеру. Он представляет собой соотношение финансовых показателей компании и её рыночной стоимости.

В практическом плане, мультипликатор – это число, на которое умножается изменение инвестиций, чтобы оценить соответствующее изменение дохода.

Впервые концепция мультипликатора была предложена экономистом из Англии, Ричардом Каном, в 1931 году. Он объяснил, как вложения в экономику стимулируют увеличение покупательной способности населения и приводят к росту занятости.

Мультипликаторы с учетом рыночной стоимости:

P/E (Цена/Прибыль): Рассчитывается как отношение цены акции к прибыли на акцию. P/E демонстрирует, сколько инвесторы готовы заплатить за каждый рубль прибыли компании. Высокий P/E может указывать на ожидаемый рост, но и на переоцененность.

P/S (Цена/Выручка): Определяется как отношение рыночной капитализации к выручке компании.

Показывает, какую сумму инвесторы готовы отдать за каждый рубль выручки. Актуален для отраслей с невысокой прибыльностью.

P/B (Цена/Балансовая стоимость): Вычисляется как отношение цены акции к разнице между активами и долгами компании. Отражает готовность инвесторов платить за активы компании. Низкий P/B может говорить о недооценке.

EV/EBITDA (Стоимость компании/EBITDA): Рассчитывается как отношение суммы рыночной капитализации и долга за вычетом денежных средств к показателю EBITDA. Применяется для оценки стоимости компании с учетом её долговой нагрузки, денежных средств и операционной прибыли.

Дивидендная доходность: Определяется как отношение дивидендов на акцию к цене акции. Показывает доходность в виде дивидендов по отношению к текущей цене акции.

PEG (Цена/Прибыль к росту): Рассчитывается как отношение P/E к темпу роста прибыли. Учитывает перспективы роста компании, помогая определить, не является ли компания переоцененной с учетом ее динамики развития.

Мультипликаторы без учета рыночной стоимости:

Отражают финансовые показатели и эффективность деятельности организации.

P/FCF (Цена/Свободный денежный поток): Рассчитывается как отношение цены акции к свободному денежному потоку на акцию. Показывает, сколько инвесторы готовы заплатить за каждый рубль свободного денежного потока, генерируемого компанией.

ROE (Рентабельность собственного капитала): Определяется как отношение чистой прибыли к собственному капиталу. Оценивает эффективность использования компанией собственного капитала для получения прибыли.

Коэффициент выплат: Рассчитывается как отношение дивидендов к чистой прибыли. Показывает долю прибыли, выплачиваемую компанией в виде дивидендов.

Маржа EBIT: Определяется как отношение EBIT к выручке. Измеряет процент операционной прибыли от общей выручки компании.

1.2 Методические основы применения мультипликаторов

Определение стоимости любого актива возможно через два взаимосвязанных подхода: первый – это выражение стоимости в эквиваленте другого актива (денежном выражении), на который можно обменять данный актив. Второй – это дисконтированная стоимость будущих доходов, ожидаемых владельцем от использования этого актива.

Важно различать понятия стоимости, затрат и цены. Стоимость отражает готовность покупателя (инвестора) заплатить за оцениваемый объект собственности. Затраты представляют собой издержки, необходимые для создания объекта, аналогичного оцениваемому. Эти затраты не всегда совпадают с суммой, которую готов заплатить потенциальный покупатель. В зависимости от ряда факторов, таких как потребности покупателя, наличие сопоставимых объектов и активность других покупателей, затраты могут быть выше или ниже стоимости на дату оценки.

Стоимость и цена совпадают только в условиях идеального рынка. Стоимость актива – это прогнозируемая цена в определенных условиях. Цена – это свершившийся факт, отражающий сумму, уплаченную за сопоставимые объекты в прошлых сделках. Только проведя анализ, оценщик может определить, является ли текущая цена отражением стоимости актива.

Стоимость возникает при наличии четырех основных условий: спроса, полезности, дефицитности и возможности передачи прав собственности.

Спрос – это объем товаров (услуг) или объектов собственности, который может быть куплен на рынке в определенный период времени. Увеличение спроса приводит к росту цен.

Полезность – это способность товаров (услуг) или объектов собственности удовлетворять потребности человека. Чем больше потребностей удовлетворяет объект, тем выше спрос на него. Рост полезности, как правило, приводит к увеличению цены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1.Абакумова, А. В. Оценка стоимости бизнеса в современных условиях: подходы и методы // Молодой ученый. — 2023. — № 23 (470). — С. 224-227.
2. Валдайцев, С. В. Оценка бизнеса. — М.: ТК Велби, 2020. — 576 с.
- 3.Грязнова А.Г., Федотова М.А. Оценка бизнеса. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2020 – 736 с.
4. Гукасян Г.М. Экономическая теория: учебник и практикум. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 573 с.
5. Дуглас, У. Хаббард Как измерить все, что угодно. Оценка стоимости нематериального в бизнесе. — М.: «Олимп-Бизнес», 2021. — 331 с.
- 6.Есипова В.Е., Маховикова Г.А. Оценка бизнеса: Учебное пособие. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2020 – 512 с.
- 7.Иванов А.В. Оценка стоимости бизнеса: учебное пособие. – Владимир: Владимирский фил. РАНХиГС, 2021 – 119 с.
8. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса. — М.: Дело и сервис (ДиС), 2022. — 280 с.
- 9.Ларченко А.П. Оценка бизнеса. Подходы и методы.— СПб.: "PRTeam", 2020. — 59 с.
- 10.Макушева, О. Н. Проблемы оценки стоимости бизнеса в современных условиях // Молодой ученый. — 2019. — № 5 (243). — С. 122-124.
- 11.Нестеренко, В. С. Типы мультипликаторов для оценки стоимости нефтяных компаний методами сравнительного подхода // Молодой ученый. — 2022. — № 19 (205). — С. 61-63.
12. Роберт, Ф. Райлли Оценка бизнеса — опыт профессионалов. — М.: Квинто-Консалтинг, 2021. — 408 с.
- 13.Рожкова В.В., Головецкий Н.Я. Влияние финансовой устойчивости на оценку бизнеса // Вестник Евразийской науки - 2019 - №1 – С. 33-39
- 14.Садаков Б.Е. Методы оценки бизнеса. Теория и практика реализации. – Киров, 2019 – 265 с.
- 15.Сандитов М. Д., Шабыкова Н. Э. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства России - 2020. С. 80-84.
16. Симионова, Н. Е. Методы оценки имущества.. — М.: Феникс, 2019. — 368 с.
17. Хаббард, Дуглас Как измерить все, что угодно. Оценка стоимости нематериального в бизнесе. — М.: Олимп-Бизнес, 2019. — 298 с.
- 18.Ходыревская В.Н., Меньшикова М.А. Методологические подходы к оценке стоимости бизнеса // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2022 – № 8 – С. 22-26.
- 19.Чакалян, К. Г. Оценка бизнеса: сущность основных подходов, их преимущества и недостатки // Молодой ученый. - 2022. - № 28. - С. 590-592.

20. Чеботарев Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник. – М.: Дашков и К°, 2019. – 253 с.
21. Черняк, В. З. Оценка бизнеса. — М.: Финансы и статистика, 2020. — 176 с.
22. Щербаков В.А., Щербакова Н.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). – М.: Омега-Л, 2019 – 315 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/562999>