

*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/glava-diploma/70408>

**Тип работы:** Глава диплома

**Предмет:** Финансовый менеджмент

-

## Введение

В последнее время интерес к оценке и управлению стоимости компании увеличивается, это связано с тем, что показатель стоимости – ключевой показатель, характеризующий эффективность деятельности компании в целом. Он применяется в качестве главного критерия при принятии руководством управленческих решений.

Управление стоимостью требует понимания и выделения тех факторов, которые сильнее всего оказывают влияние на стоимость компании. Определение факторов стоимости важно по нескольким причинам: во-первых, выявление факторов поможет проанализировать вклад каждого из них; во-вторых, рассмотреть комплекс мероприятий, направленных на управление и максимизацию стоимости компании. В совокупности основные факторы стоимости – это те рычаги управления, которые оказывают влияние на эффективность деятельности компании: как на приращение, так и на снижение ее стоимости.

Целью данной выпускной квалификационной работы является оценка факторов, оказывающих влияние на стоимость компании.

Для достижения заданной цели поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность и понятие оценки стоимости;
2. Исследовать подходы и методы оценки стоимости компании;
3. Дать организационно-экономическую характеристику ПАО «Акрон»;
4. Изучить факторы, влияющие на стоимость компании;
5. Провести оценку факторов, влияющих на стоимость компании;

В качестве объекта исследования выступает компания ПАО «Акрон».

Предметом исследования являются факторы, влияющие на стоимость компании ПАО «Акрон».

Теоретическую и методическую основу исследования составили научные работы отечественных и зарубежных ученых, также учебная литература, посвященная оценке стоимости бизнеса и факторов, которые влияют на стоимость компании.

Работа состоит из введения, 4 глав, заключения и списка литературы. В первой главе представлены подходы и методы оценки стоимости компании, также факторы, влияющие на стоимость компании. Вторая глава посвящена организационно-экономической характеристике предприятия. В третьей главе проведена оценка факторов, влияющих на стоимость компании. В четвертой главе, заключительной, представлена охрана труда.

1 Подходы и методы оценки стоимости компании. Факторы, влияющие на стоимость компании

### 1.1 Сущность и понятие оценки стоимости компании

В управлении предприятием существуют современные системы, которые включают в себя различные элементы, например: финансово-экономическую отчетность, технологии, представление порядка внутренних бизнес-процессов, схемы по взаимодействию с внешним окружением, учет. Рост эффективности функционирования предприятия должен произойти в результате использования этого комплекса взаимосвязанных компонентов. В различные периоды развития экономических отношений всегда была актуальна оценка эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Современный подход к управлению предприятием заключается в том, что вне зависимости от того к какой отрасли товар относится, он все равно имеет ограниченный срок жизни и поэтому не товары, а сами процессы их создания приносят компаниям долгосрочный успех. В настоящее время разговор идет уже не столько о качестве определенной продукции, сколько о качестве ведения самого бизнеса и об эффективности управления бизнес-процессами производства в организации.[1]

В настоящее время наблюдается рост интереса отечественных менеджеров и инвесторов к новой управленческой технологии, которая базируется на концепции управления стоимостью. Это связано прежде всего с основной целью предприятия, которая направлена на максимизацию стоимости. Управление стоимостью для российских предприятий является аналитическим и управленческим нововведением, но не инновацией.

Так или иначе исследования и практический опыт научных зарубежных компаний говорит о том, что с помощью интеграции и системности разнообразных процессов, а также всевозможных направлений бизнеса, которые нацелены на создания стоимости, возможно достичь успеха в конкурентной борьбе. В качестве аналитического нововведения данная концепция предусматривает введение новых аналитических алгоритмов, критериев и показателей измерения результата. В виде управленческого нововведения эта модель предполагает, что для того, чтобы обеспечить устойчивый рост бизнеса, следует логически корректировать последовательность действий по разработки стратегии и стратегического анализа, процессы бюджетирования и планирования, построения систем премирования персонала и центров финансовой ответственности.

После объединения всего предыдущего опыта развития концепции управления, стоимостной подход показывает качественный скачок в оценки и принятии управленческих решений. От классического анализа финансовых результатов менеджмент переходит к долгосрочному непрерывному мониторингу опережающих нефинансовых индикаторов и прогнозу денежных потоков. Максимизация стоимости становится главной целью компании, а ориентация на будущее является важной отличительной чертой управления. Базовый принцип корпоративных финансов выступает основой управления стоимостью компании, которая определяется дисконтированными будущими денежными потоками. [1]

Дюпоновская система удачно показала себя и продолжает применяться в практике финансового менеджмента, изучения которой является эффективность использования активов, рентабельности собственного капитала, показатели прибыли на акцию, доходности чистых активов и прочее.

Но в тоже время эти показатели имеют существенный недостаток, который заключается в использовании ретроспективных данных. В связи с этим главным преимуществом в финансовом менеджменте является концепция, которая направлена на стоимость бизнеса, состоящая в том, что показатель стоимости представляется тем обобщающим критерием, на основании которого можно оценить качество принятых управленческих решений, а также эффективность деятельности самой компании.

Благодаря оценки бизнеса можно определить в какой степени вложение средств с позиции максимизации дохода владельца капитала и реализации главной целевой установки финансового менеджмента является наиболее эффективным.[1]

Оценка бизнеса в системе финансового менеджмента осуществляет две основные функции: во-первых, она отражает интересы собственников капитала, как главного субъекта системы финансового менеджмента, во-вторых, она объединяет данные о деятельности компании, которые показывают эффективность распределения и накопления финансовых ресурсов.

При определении рыночной стоимости теория оценки компании рассматривает альтернативу использования трех подходов: исходя из убеждений издержек, с точки зрения сравнения аналогов продаж и приносимого объектом дохода.[1]

Для целей финансового менеджмента определение стоимости бизнеса является сложной методологической проблемой. Первым шагом на пути ее решения представляется выбор вида стоимости. С точки зрения теории предельной полезности стоимость бизнеса определяется потоком дохода как проявлением

востребованной со стороны собственников капитала полезности, имеющей денежное выражение. Данное утверждение позволяет выделить особенность бизнеса как объекта оценки и управления, которая заключается в том, что бизнес обладает стоимостью, не будучи напрямую вовлеченным в процесс обмена, в отличие от других объектов оценки. Вне рынка, формируемого спросом и предложением, где ценность объекта приобретает денежное выражение, нет возможности судить о стоимости объекта оценки, отличного от бизнеса.

Поскольку полезность бизнеса изначально имеет денежное выражение, его стоимость может быть определена как в ходе сделки купли-продажи, так и путем анализа его доходности.

Затраты на создание бизнеса могут оказывать влияние на формирование его стоимости в случае, когда бизнес рассматривается как объект купли-продажи и у потенциального покупателя есть альтернативная возможность получения аналогичной полезности путем создания компании-аналога.

Так как главной задачей финансового менеджмента является наиболее эффективное обеспечение использования финансовых ресурсов предприятия в разрезе основных направлений деятельности, то в данном аспекте разумно использовать следующее определение стоимости бизнеса: стоимость бизнеса – это денежный эквивалент востребованной полезности бизнеса, выраженной в его способности генерировать доход для группы заинтересованных лиц.[1]

Выбор вида стоимости, используемого для целей финансового менеджмента, базируется на следующих критериях: способ генерации дохода и субъект системы финансового менеджмента.

С позиции способа генерации дохода выделяют такие виды стоимости, как стоимость действующего предприятия, рыночная стоимость и ликвидационная стоимость, которые предполагают получение дохода соответственно от основной деятельности, продажи бизнеса либо реализации его активов по отдельности. В финансовом менеджменте со стороны субъекта выделяют два вида стоимости: первая стоимость – это стоимость для акционеров (Shareholder value) – вид стоимости, который отражает интересы собственника бизнеса (держателя акций); вторая стоимость – стоимость для всех заинтересованных групп (Stakeholder value) – вид стоимости, который отражает интересы всех заинтересованных в деятельности предприятия сторон (например, менеджмента компании, трудового коллектива, контрагентов). [1]

## 1.2 Подходы и методы, используемые для оценки стоимости компании

Как уже было сказано выше основной целью оценки стоимости компании является повышение эффективности текущего управления предприятием.

Определившись с данной целью оценки, мы можем понять какие подходы и методы следует использовать для того, чтобы оценить стоимость компании.

Совокупность методов оценки, которые объединены общей методологией представляют собой подход к оценке предприятия.

Последовательность процедур, которая позволяет на основе существенной для данного метода информации определить стоимость объекта оценки в рамках одного из подходов к оценке называется методом проведения оценки объекта. (Приказ Министерства экономического развития РФ от 20 мая 2015 г. № 297 “Об утверждении Федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО № 1)»).[2]

Существуют три классических подхода к измерению оценки стоимости бизнеса: доходный, затратный и сравнительный. Рассмотрим более подробно каждый из этих подходов и обратим внимание на основные методы каждого подхода.

Доходный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от объекта оценки. Данный подход позволяет определить текущую стоимость будущих доходов, возникающих при использовании активов (имущества) и возможной его последующей продаже [9]. Определяющим фактором при оценке бизнеса с позиции доходного подхода является доход, который влияет на величину стоимости объекта. Естественно, чем больше собственник получает доход, который приносит ему объект оценки, тем выше становится величина рыночной стоимости. Существенное значение при этом является продолжительность получения дохода, а также уровень риска, который сопровождает данный процесс.

Источником дохода может выступать прибыль, арендная плата, выручка от продажи объекта, дивиденды и другие источники дохода. Главное здесь, чтобы доход генерировал конкретный объект оценки. С позиции данного подхода возможна и целесообразна оценка тех активов, которые используют для извлечения

дохода (недвижимость, нематериальные доходы, акции и др.).[9]

Ключевыми методами в доходном подходе являются методы капитализации и дисконтирования денежных потоков (рис. 1)

Рисунок 1 – Методы доходного подхода и их формулы для расчета

По методу капитализации доходов рыночная стоимость бизнеса определяется как отношение чистого дохода, который приносит бизнес, и ставки капитализации.

Метод дисконтирования базируется на прогнозировании денежных потоков конкретного бизнеса, дисконтируемых затем по ставке дисконта, которая соответствует требуемой инвестором ставке дохода. Доходный подход хоть и оценивает бизнес через призму его способности генерировать будущие денежные потоки, тем не менее, имеет и ряд недостатков. Преимущества и недостатки доходного подхода представлена ниже.

Преимущества:

- Оценивает предприятие через способность к генерированию денежных потоков;
- Учитывает фактор времени в будущих денежных потоках;
- Наиболее актуален при необходимости принять решение о финансировании, проанализировать целесообразность инвестиций;
- Учитывает перспективы развития компании;
- Позволяет выявлять проблемы, снижающие эффективность деятельности, а также принимать грамотные управленческие решения, ориентированные на увеличение дохода.

Недостатки:

- Зависим от реальности и достоверности прогнозов относительно развития компании в будущем;
- Прогнозирование денежных потоков является достаточно трудоемким;
- Не учитывает конъюнктуру рынка;
- Трудность расчета ставок дисконтирования и капитализации.

Затратный (имущественный) подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении затрат, необходимых для восстановления либо замещения объекта оценки, с учетом его износа. Данный подход наиболее применим при оценке предприятий, имеющих разносторонние активы, в том числе финансовые, в случае если бизнес не приносит устойчивого дохода, а также при оценке специальных видов бизнеса (гостиниц, отелей и т.п.), страховании. Актуальность данного подхода заключается в наличии достоверной исходной информации для расчетов, а также в использовании известных и традиционных для отечественной практики затратных (имущественных) методов к оценке стоимости бизнеса.

Основными методами

-

*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/glava-diploma/70408>