

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Девелопмент и управление недвижимостью»

Кафедра экономика природных ресурсов

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Методы оценки бизнеса на примере торгового предприятия

УДК 657.9: 339.372

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
2Э2Б	Гурская Елена Николаевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Минаев Н.Н.	д.э.н., профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ: по разделу

«Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Минаев Н.Н.	д.э.н., профессор		

«Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
старший преподаватель	Феденкова А.С.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Г. Ю.	д-р экон. наук		

Томск – 2016 г.

Планируемые результаты обучения по ООП 38.03.02 Менеджмент

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P₁	Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в профессиональной деятельности. Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений менеджмента в России и за рубежом в условиях неопределенности с использованием современных научных методов
P₂	Применять профессиональные знания в области организационно-управленческой деятельности
P₃	Применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности
P₄	Применять профессиональные знания в области предпринимательской деятельности
P₅	Разрабатывать стратегии развития организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций
P₆	Систематизировать и получать необходимые данные для анализа деятельности в отрасли; оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий отрасли, анализировать поведение потребителей на разных типах рынков и конкурентную среду отрасли. Разрабатывать маркетинговую стратегию организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
P₇	Разрабатывать финансовую стратегию, используя основные методы финансового менеджмента; оценивать влияние инвестиционных решений на финансовое состояние предприятия
P₈	Разрабатывать стратегию управления персоналом и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию. Применять современные технологии управления персоналом, процедуры и методы контроля и самоконтроля, командообразования, основные теории мотивации, лидерства и власти
<i>Универсальные компетенции</i>	
P₉	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности.
P₁₀	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем разрабатывать документацию, презентовать результаты профессиональной деятельности.
P₁₁	Эффективно работать индивидуально и в коллективе, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Девелопмент и управление недвижимостью»

Кафедра экономика природных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой экономики природных ресурсов

_____ Г. Ю. Боярко

«17» февраля 2016 г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы
В форме: бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
2Э2Б	Гурская Елена Николаевна

Тема работы:

Методы оценки бизнеса на примере торгового предприятия	
Утверждена приказом директора ИПР	от 16 февраля 2016 г. № 1182/с

Срок сдачи студентом выполненной работы:	25 мая 2016 года
--	------------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Данные торгового предприятия: бухгалтерская отчетность, технико-экономические показатели деятельности предприятия.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	Рассмотреть понятие и сущность оценки бизнеса; Осуществление сравнения зарубежного и отечественного опыта оценки коммерческих компаний; Проведение анализа и сравнение методов оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»; Выявление факторов формирования стратегии развития бизнеса; Проведение экспериментальных расчетов.

Перечень графического материала	Презентация PowerPoint, содержащая таблицы и рисунки.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант
Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение	Минаев Николай Николаевич
Социальная ответственность	Феденкова Анна Сергеевна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	17.02.2016 г.
---	---------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Минаев Н.Н.	д.э.н., профессор		17.02.2016 г.

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
2Э2Б	Гурская Елена Николаевна		17.02.2016 г.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

Группа	ФИО
2Э2Б	Гурская Елена Николаевна

Институт	Природных ресурсов	Кафедра	Экономика природных ресурсов
Уровень образования	Бакалавриат	Направление	38.03.02 Менеджмент

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»	
	1. Рабочее место с современной техникой соответствует правилам организации рабочего места для комфортной работы. 2. Достаточное и равномерное освещение и оснащение офиса с кабинетной планировкой. 3. Отсутствует опасное и вредное воздействие внешней среды.
	Анализ специальных правовых и нормативных законодательных актов (ст. 328 ТК РФ, ч. 1 и 3 ст. 265 ТК РФ, Постановление Правительства РФ от 25.02.2000 N 163, Приказ МВД РФ от 13.05.2009 N 365, Приказ МВД РФ от 18.04.2011 N 206, Федеральные законы N 437-ФЗ и N 196-ФЗ)
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке	
	1. Определение целей и задач программы КСО; 2. Определение стейкхолдеров программы КСО; 3. Определение элементов программы КСО; 4. Затраты на программы КСО; 5. Ожидаемая эффективность программ КСО.
	1. Среди принципов бизнес-поведения компании – недопущение нарушения прав на самореализацию и развитие партнеров, клиентов и других заинтересованных социальных групп. 2. Программа КСО торгового предприятия «А» также должна включать в себя направления, связанные с поддержкой деятельности общественных организаций и помощью незащищенным слоям населения, которые в настоящее время разрабатываются. 3. Открытость и прозрачность бизнес-процессов для клиентов, партнеров и других социальных групп.
	1. Все сотрудники, работающие в сфере торгового предприятия имеют санитарные книжки.

	2. Система нематериального стимулирования включает в себя организацию корпоративных мероприятий, спортивных соревнований, реализацию проектов, направленных на создание благоприятной эмоциональной атмосферы в коллективах и многое другое. 3. Созданы комфортные и безопасные условия труда для сотрудников компании.
--	---

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	18.04.2016
---	-------------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель кафедры менеджмента	Феденкова Анна Сергеевна			18.04.2016

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
2Э2Б	Гурская Елена Николаевна		18.04.2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Девелопмент и управление недвижимостью»

Кафедра экономика природных ресурсов

Период выполнения весенний семестр 2015/2016 учебного года

Форма представления работы:

Бакалаврская работа

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы**

Срок сдачи студентом выполненной работы:	27 июня 2016 года
--	-------------------

Дата контроля	Название раздела	Максимальный балл раздела
17.03.2016	Теоретические основы оценки бизнеса(предприятия)	30
17.04.2016	Оценка рыночной стоимости бизнеса на примере торгового предприятия	30
24.05.2016	Комплекс мероприятий по увеличению стоимости бизнеса	35
25.05. 2016	Предварительная защита	5

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Минаев Н.Н.		д-р экон. наук	17.02.2015

СОГЛАСОВАНО:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Г. Ю.	д-р экон. наук		17.02.2015

Реферат

Выпускная квалифицированная работа содержит 69 страниц, 4 рисунка, 13 таблиц, 36 источников.

Ключевые слова: Оценка, бизнес, затратный подход, сравнительный подход, доходный подход.

Предметом моего исследования является оценка торгового предприятия «А».

Тема выпускной квалифицированной работы – Методы оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А». Дипломная работа посвящена расчетам стоимости бизнеса тремя методами:

- Затратным методом;
- Подходным методом;
- Сравнительным методом.

При оценке предприятия использовались данные бухгалтерского учета и отчета о финансовой деятельности.

Цель работы заключается в обосновании оптимальных методов оценки бизнеса и проведении экспериментальных расчетов, подтверждающих корректность предлагаемых мероприятий по увеличению рыночной стоимости на примере торгового предприятия.

Актуальность данной темы заключается в том, что современный бизнес не может развиваться без справедливой оценки своей стоимости. Владелец любого торгового предприятия всегда заинтересован в справедливой оценке своего бизнеса. Ведь оценка стоимости торгового предприятия – это самый объективный способ узнать, действительно ли эффективно работала компания.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	11
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА (ПРЕДПРИЯТИЯ)	13
1.1 Понятие и сущность оценки бизнеса	13
1.2 Сравнение зарубежного и отечественного опыта оценки коммерческой компании	27
2 ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	35
2.1 Доходный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»	35
2.2 Сравнительный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»	40
2.3 Затратный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»	43
2.4 Согласование результатов оценки компании торгового предприятия «А»	45
3 РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ	50
3.1 Факторы формирования стратегии развития бизнеса	50
3.2 Создание стоимости имиджа и деловой репутации	52
3.3 Создание стоимости управления	53
3.4 Создание стоимости внеоборотных активов	54
3.5 Создание стоимости оборотных активов	56
4 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ КСО ДЛЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «А»	58
4.1 Определение целей и задач программы КСО	58
4.2 Определение стейкхолдеров программы КСО	59
4.3 Определение элементов программы КСО	60

4.4 Затраты на программы КСО	61
4.5. Ожидаемая эффективность программ КСО	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ:	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ А- бухгалтерский баланс	69
ПРИЛОЖЕНИЕ Б – отчет о финансовой деятельности.....	70

ВВЕДЕНИЕ

В нынешней экономике оценочная деятельность является важным и необходимым приложением к бухгалтерскому учету. Учет выполняет определенные функции, но при этом он не может объективно рассмотреть влияния вне организации, например основных средств, сдвиги рыночной стоимости нематериальных активов и объектов недвижимости. Независимая оценка позволяет восстановить те изменения, которые объективно непризнаны по бухгалтерскому учету и восстановить реальную стоимость объектов.

К тому же, часто бывают случаи, когда необходимо оценить стоимость имущества, которое ранее не состоящих на учете или состоящих на учете в как называемых «нулевых» стоимостях. В каждом случае оценщики, после определения стоимости, дают возможность к восстановлению реальной стоимости проекта и отразить ее в бухгалтерском учете. Акт независимой оценки, поддерживаемой с приказом директора - объективная основа для изменения данных бухгалтерского учета.

Независимые оценки значительно повышают доверие кредиторов , инвесторов и других заинтересованных лиц к данным бухгалтерии, для бизнес-планов, кредитных заявок.

Кроме того, независимые оценки могут помочь предпринимателям со спорными ситуациями. Например, в случае имущества путем кредитного отдела банка. Риск-менеджеры банка напрямую заинтересованы в занижении стоимости активов, как занижение снижает риски банков. Независимые оценки позволяют избегать предвзятости в оценке.

Оценочные действия могут осуществляться на основании имеющейся лицензии. Цель работы заключается в обосновании оптимальных методов оценки бизнеса и проведении экспериментальных расчетов, подтверждающих корректность предлагаемых мероприятий по увеличению рыночной стоимости на примере торгового предприятия.

В связи с этим, для достижения поставленной цели были выделены следующие задачи:

- рассмотреть понятие и сущность оценки бизнеса;
- осуществление сравнения зарубежного и отечественного опыта оценки коммерческих компаний;
- проведение анализа и сравнение методов оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»;
- выявление факторов формирования стратегии развития бизнеса;
- проведение экспериментальных расчетов.

В первой главе рассматриваются общие теоретические вопросы оценки бизнеса предприятия на основании трех общепринятых подходах и сравнение между ними.

Во второй главе рассматривается текущее состояние предприятия тремя методами (Затратным, сравнительным и доходным. Далее проводим общую оценку компании.

В третьей главе разрабатывается стратегия предприятия по повышению стоимости, формулируется миссия предприятия и основные цели, разрабатывается организационная структура и штат сотрудников.

В четвертой главе разрабатываем концепцию социальной ответственности для нашего предприятия.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА (ПРЕДПРИЯТИЯ)

1.1 Понятие и сущность оценки бизнеса

Есть три основных направления в оценке бизнеса. Первый предполагает оценку стоимости бизнеса как сумма всех активов (остатков, уменьшая или начиная, значение). В большинстве случаев это является материальным активом, так как оценка нематериальных активов почти всегда весьма неоднозначны. Определенно, что клиентская база и обученный персонал, заслуживают внимания, но это не всегда очевидно - какой вид. Считается, что влияние нематериальных активов проявляется через прибыли. Таким образом, оценка «активов» в большинстве случаев используется для предприятий с низким уровнем доходов.

Вторая область предполагает оценку стоимости бизнеса «по аналогии». Использование этой области настаивает на получении информации о продаже этого бизнеса эпизода (сравнимого по масштабу и работают на близких по характеристикам рынка). Соответственно, стоимость бизнеса определяется на основании имеющихся данных о размере последней сделки. Понятно, что если нет прецедента, значение не может быть определена таким образом.

Третья область включает в себя оценку будущих прибылей бизнеса. Здесь стоимость бизнеса оценивается как чистая приведенная прибыль в горизонте планирования (кумулятивного) плюс остаточной стоимости материальных активов на конец периода. Эта формула является наиболее часто используемым из-за своей универсальности.

Понятие «оценка бизнеса» можно рассматривать с двух случаях. Первый из них касается создания стоимости покупной цены, а вторая - конечно, с самим процессом его приготовления. Обратите внимание, что как синоним термина «стоимость предприятия» в литературе широко используются термины «стоимость акционерного капитала», «стоимость бизнеса». В то же время необходимо различать понятия ясно: стоимость собственных и заемных

средств, а также эффективности их использования, не соответствуют друг другу.

Несомненно, что процесс оценки бизнеса подразумевает определенные вычислительные процедуры для определения стоимости местоположения конкретного субъекта, который предполагает, действующего в их экономических интересах для достижения своих целей. Богатый состав этих систем определяется стадией процедуры, которая должна принимать управленческие решения. Общепринятая оценка компании основана на процессе заключения договора с организациями, которые специализируются на проведении данного вида работ. В этом случае, как ожидается, привлечет экспертов по оценке и других соответствующих специалистов (например, аудиторы, прогнозисты, финансисты), чья задача состоит в том, чтобы бизнес-обследований, сбор и обработку необходимой информации, написание подробного отчета, в том числе результатах работы необходимые расчеты и сформулировать окончательный вывод.

При реализации этого подхода, вероятно, будет гарантированно получить достаточно точные результаты оценки стоимости предприятия. Тем не менее, выполнение работ по договору является оценка долгосрочных, отнимает много времени и дорогостоящей процедуры. Это занимает несколько месяцев (в зависимости от размера предприятия) и требует достаточно большого количества финансовых затрат для клиента. По литературным данным, информация в сети Интернет, а также практика недвижимости, размер вознаграждения, которое появляется в контрактах оценивается в 8-10% от установленной стоимости оцениваемого объекта. В некоторых случаях может возникнуть необходимость использования более оперативных и менее трудоемкие способы оценки стоимости предприятия.

Достаточно опытных менеджеров нескольких крупных компаний периодически оценивать свои собственные с целью уточнения состава организационно-технических и инвестиционных мер, направленных на повышение экономической эффективности их функционирования. Таким

образом, каждый из них может использовать свои собственные методы, основанные на приобретенных знаниях, опыта и интуиции. Вероятность ошибки в этом случае достаточно велика.

Систематическая подготовка текущих оценок в первую очередь заинтересован собственник (владелец) предприятия. Это связано с тем, что никакой достоверной информации о стоимости предприятия, как это возможно с наибольшей экономической выгоды не реализовать право распоряжаться собственником имущества. На основании этой информации владелец может оказаться полезным для привлечения дополнительных инвестиций для расширения производства, реструктурировать (при условии, например, слияние, разделение, поглощение), чтобы продать компанию (или акции), чтобы устранить его или оставить без изменений, удовлетворены тем же количеством прибыли.

Определенный интерес для непрерывного мониторинга стоимости предприятия можно показать фондовой биржей, для которой основополагающее значение для регулярной проверки реальности котировок ценных бумаг (акции, облигации). Как известно, оценка бизнеса - просто творческий процесс. Каждый бизнес уникален и в зависимости от ситуации, стоимость может существенно различаться.

Выявление и обоснование максимально возможной цене продажи бизнеса (вид экспресс - колпаком) - самой важной задачей Продавца. Тем не менее, в большинстве случаев, продавец ограничен определенной выше формулой (или любой из его модификаций). Кроме того, в случае, когда горизонт планирования ограничен до нескольких лет, продавец может не сделать «вниз» оценку стоимости бизнеса. Вы всегда хотите, чтобы получить своего рода «добавленной стоимости» к базовой цене. Именно поэтому одним из основных инструментов предпродажной подготовки бизнеса представляет собой комплекс мер инвестиционного маркетинга, позволяет быстро капитализации бизнеса непосредственно перед процедурой продажи.

Прежде всего, необходимо найти подходящего покупателя. В большинстве случаев сегодняшние покупатели бизнеса в России - так называемые профильные (или стратегические) инвесторы, которые имеют свой собственный бизнес в той же или смежной области. Доля «спекулянтов» и венчурных капиталистов сегодня ничтожно мала. Это связано, в первую очередь, с тем же отсутствием полномасштабного рынка купли-продажи бизнеса (малых клиентов и бизнес сложно перепродать). Стратегический инвестор покупает бизнес, преследуя цель развития собственного бизнеса [1].

Поэтому для того, чтобы продать больше, вам нужно определить, что именно он будет покупать именно этот конкретный бизнес. Синергетический эффект от покупки может быть из-за:

- «Эффект масштаба» (экономия затрат, если предприятия сравнимы по размеру);
- Пересечение групп клиентов (если покупатель и продавец потребители частично перекрываются);
- Использование отлаженных технологий и ноу-хау.

Кроме того, взаимодействие может быть показано, чтобы уменьшить затраты на выход на новый рынок на покупателя (если продавец бизнес более или менее хорошо известный бренд и установил клиентская база). «Экономически разработан» Синергия имеет большое значение, так как она может значительно повысить базовую стоимость бизнеса (для создания необходимого продавца «добавленную стоимость»). Синергетический эффект позволяет добавить к старой формуле нового термина: прогноз прибыли теперь складывается из прибыли «как есть» и «синергетические прибыль».

В дополнение к расчету синергии и создания привлекательного прогноза прибыли необходимо сформировать так называемый «пункт продажи». На свете нет двух одинаковых предприятий (франшиза не в счет), и продавал бизнес должен быть структурирован в соответствии с организацией бизнеса клиентов. Другими словами, для того, чтобы не отпугнуть покупателя,

прежде чем продать что-то ненужное, чтобы быть разрезан, и право на него - шить. Например, несколько небольших магазинов, чтобы закрыть и открыть большой склад.

И, наконец, необходимо планировать и организовывать грамотную рекламную кампанию с акцентом на конкретных клиентов. Продвижение должно носить точку и индивидуальный характер. Он может быть закрытых заседаний - презентации на предприятии поездки подготовили статьи в средствах массовой информации и «случайных звонков с нужными людьми.» Переговоры по бизнес-операций купли-продажи обычно идут довольно долго. И все это время, информационное воздействие на покупателя не должно ослабевать.

Практика показывает, что эффективный диапазон маркетинговой деятельности инвестиционных позволяет в рамках предпродажной провести быструю капитализацию бизнеса и повысить его стоимость в 1,5-2 раза. В этом случае продавец доволен тем, что требовалось «добавленную стоимость», а покупатель - что приобрел большую ценность. Развитие рыночной экономики в России привело к многообразию форм собственности и возрождение владельца. Теперь вы можете, по своему усмотрению распоряжаться принадлежащим собственнику дома, квартиры, другой недвижимости, ищет новый дом или офисные помещения, чтобы инвестировать в бизнес [2].

В зарубежной литературе предлагается использовать три различных значения для измерения капитала компании:

- Общая стоимость как отдельный актив, когда он продается или включен в баланс.
- Степень покупки «лояльности», которая является мерой ценовой премии вы хотите заплатить.
- Набор потребительского восприятия, убеждений и ассоциаций, как когнитивные и эмоциональные, что называется образ. Но, в общем

случае, процесс оценки предполагает, что объект оценивается и оценки предмета.[3]

Предметом оценки являются профессиональные оценщики, обладающих специальными знаниями и практическими навыками. Объектом оценки является собственностью какого-либо объекта в сочетании с правами, предоставленных владельцем. Это может быть бизнес, компания, фирма, банк, отдельные виды активов, как материальные, так и нематериальные. Особенность стоимости процесса оценки является ее рыночный характер. Это означает, что оценка не ограничивается рассмотрением лишь некоторые затраты на создание или приобретение оцениваемого объекта. Она должна учитывать всю совокупность рыночных факторов: фактор времени, факторы риска, условия рынка, уровень и тип конкуренции, экономические характеристики объекта оценивается, его репутация на рынке, а также макро- и микроэкономическая среда .

Основными факторами являются время и риск. Рыночная экономика характеризуется динамичностью. Фактор времени, пожалуй, - самый важный фактор, влияющий на все рыночные процессы, цена, стоимость, принятия решений.

Непродуктивное время, потраченное означает потерю денег. Единственный способ избежать этого - сделать капитальные работы. Деньги не приносят прибыль, если ложь «мертвым грузом». В то же время важно для получения дохода, как уже получил доход может потребляться, чтобы повысить еще больше доходов.

Время генерации дохода измеряется интервалы периодов. Интервал или период может быть равен день, неделю, месяц, квартал, полгода или год. Время, в течение которого должны быть оплачены или получены деньги, имеет первостепенное значение в процессе оценки. Рыночная стоимость изменяется с течением времени, под влиянием многих факторов, поэтому она может быть вычислена в данный момент времени. Завтра, рыночная стоимость может быть

уже иной. Поэтому постоянная оценка и переоценка имущества, как правило, требуется в условиях рыночной экономики .

Другой важной особенностью рыночной экономики является риск. Под риском является нестабильность и неопределенность, связанные с рыночными условиями, макроэкономических процессов и т.д. Другими словами, риск - это вероятность того, что доходы, которые будут получены от инвестиций будет выше или ниже прогнозируемых. При оценке важно помнить, что существуют различные виды риска, и что ни один из инвестиций в рыночной экономике не является полностью безрисковым [4].

Подходы и методы, используемые оценщиком, определяются в зависимости от того, как характеристики процесса оценки, а также от экономических характеристик объекта оценивается, а также цели и принципы оценки.

Имущество, находящееся в обычном смысле представлена своим внешним признаком - человеческой власти над вещью. Обладание вещь может быть только субъект: физическое или юридическое лицо, в том числе государства, делегировании своих представителей администрации собственности.

В современных условиях любого объекта недвижимости может быть источником дохода и предметом рыночных сделок, в том числе такого объекта и права владельца. Особый интерес в этом деле, как процесс получения дохода, как формирование имущества, доходов. Основу бизнеса, являются неотъемлемой составной частью собственного капитала. Капитал является материальной базой современной экономической системы. На разных этапах развития экономики определил это по-разному. Тем не менее, большинство ученых и практиков давали более или менее одинаковое толкование категорий: капитал - это богатство, средства производства, факторы производства, то есть иной материальной форме о инвестированного труда, труда, приносящего доход. Процесс получения дохода предполагает определенные экономические отношения, в том числе имущественных отношений. Так что, кроме того, что

капитал - это материальные и материальные факторы производства, но и экономические отношения между субъектами процесса создания дохода [5].

1.2 Обзор существующих методик и методов

Выбор метода измерения зависит от того, в каком финансовом положении компании в настоящий момент и какие у него перспективы. В зависимости от состояния и перспектив изменения бизнеса расчет стоимости может быть основана на выборе следующих подходов:

- Доходный;
- Затратный;
- Сравнительный.

Затратный подход к оценке учитывает стоимость предприятия с точки зрения затрат. Значение предприятия признается равной стоимости активов компании, оставшейся после уплаты всех обязательств.

Для осуществления подхода вначале необходимо провести оценку обоснованной рыночной стоимости для каждого актива по отдельности, затем определить текущую стоимость обязательств и, в конце, из обоснованной рыночной стоимости суммы активов предприятия вычесть текущую стоимость всех его обязательств, результат будет показывать оценочную стоимость собственного капитала предприятия [6].

Этот подход рекомендован 2-мя основными методами на рис. 1.1

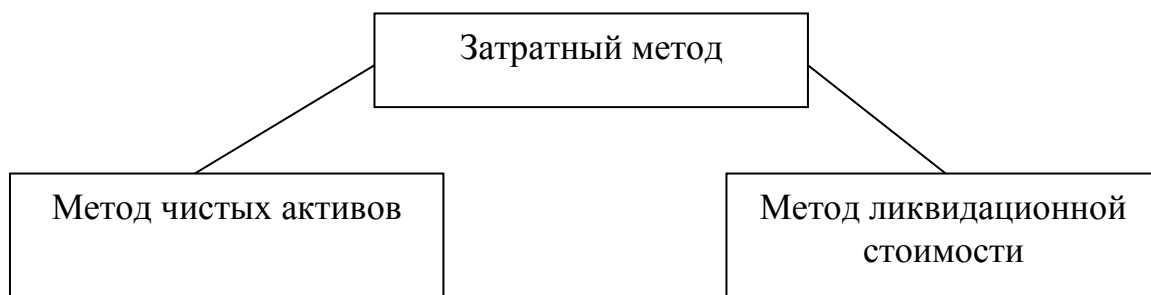


Рисунок 1.1- Схема затратного подхода

Расчеты методом оценки стоимости чистых активов охватывает несколько этапов:

- Оценка имущества предприятий по законным рыночным стоимостям;
- Выявление и оценивание нематериальных активов;
- Определение рыночной стоимости долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений;
- Перевод товарно-материальных запасов в текущую стоимость;
- Оценка расходов для будущих периодов;
- Оценка дебиторских задолженностей;
- Переведение обязательств в текущую стоимость.

Вычисляется стоимость собственного капитала по средствам вычитания из обоснованной рыночной стоимости суммы активов текущей стоимости всех обязательств.

Метод оценки стоимости чистых активов применяется в тех случаях, когда компании обладают значительными материальными активами и, предполагается, что будут по-прежнему действующими предприятиями.

Источниками входных данных для оценки служит бухгалтерская отчетность предприятия, в том числе: отчет о прибылях и убытках, бухгалтерский баланс, приложения и расшифровки, отчет о движении денежных средств. При этом, предварительно проводят корректировку данных с учетом инфляции.

Различают метод нескорректированных чистых активов и скорректированных чистых активов. Во втором случае проводится полная корректировка статей баланса, а следовательно, определяются обоснованные рыночные стоимости каждого балансового актива баланса. Результаты расчетов по представленному методу более достоверны, чем по первому, когда из-за недостатка достаточной информации корректировки статей баланса не проводятся.

Чистые активы есть величина, определяемая путем разности суммы активов акционерного общества, которые принимаются к расчету и суммы его обязательств, которые принимаются к расчету.

Активы, которые участвуют в расчете есть это денежные и не денежные имущества предприятия, в состав которых включаются по балансовой стоимости такие статьи как:

1) внеоборотные активы, которые отражаются в первом разделе баланса, за исключением балансовой стоимости собственных акций общества, которые были выкуплены у акционеров. При этом в расчете величины чистых активов участвуют нематериальные активы, которые учитываются в первом разделе бухгалтерского баланса, и отвечают следующим требованиям:

- непосредственно употребляемые обществом в основной деятельности и приносящие доход (право пользования земельным участком, природными ресурсами, лицензия, ноу-хау, программы, монопольное право и привилегии, которые включают в себя лицензии на установленные виды деятельности, организационные расходы, торговую марку, товарный знак и т.п.);
- имеющие документальное подтверждение расходов, которые связаны с их покупкой (созданием);
- права общества на обладание представленными нематериальными правами должны быть подтверждены документом (патентом, лицензией, актом, договором и т.п.), который выдан в соответствии с законодательством РФ.

2) прочие внеоборотные активы в расчете принимаются за задолженности компании за проданное ему имущество;

3) запасы и затраты, денежные средства, расчеты и прочие активы, которые показаны во втором разделе бухгалтерского баланса, за исключением задолженностей учредителей по их вкладам в уставной капитал и балансовой стоимости собственных акций, которые выкуплены у акционеров.

При наличии у компании на конец отчетного периода оценочных резервов по сомнительным долгам и под обесценение ценных бумаг - показатели статей, по которым они были созданы, представляются в расчетах (показываются в Расчете) с соответствующим изменением их балансовой стоимости на стоимость представленных резервов.

Пассивы, которые участвуют в расчете есть обязательства компании, в состав которой включаются такие статьи как :

- целевое финансирование и поступление;
- долгосрочные обязательства банку и иному юридическому и физическому лицу;
- краткосрочные обязательства банку и иному юридическому и физическому лицу;
- расчеты и прочие пассивы, кроме сумм, которые отражены по таким статьям как «Доходы будущих периодов», «Фонды потребления» и «Резервы предстоящих расходов и платежей».

В случае расчета по методу чистых активов не учитывается перспектива развития компании, что в нашем случае значительно искажает реальную стоимость компании.

Вторым методом является метод ликвидационной стоимости. Его применяют для предприятий, находящихся в состоянии банкротства или в случае, когда стоимость компании при ликвидации выше, чем при продолжении работы. В использовании метода оценщики определяют валовую выручку от ликвидации активов предприятия, потом уменьшают ее на величину прямых затрат, которые связаны с ликвидацией предприятия, и на величину всех обязательств предприятия.

Доходный подход считают наиболее приемлемым со стороны инвестиционного мотива, поскольку в стоимости предприятия этого не понимает ценность набора активов (зданий, машин, оборудования, нематериальных активов и т.д.), а также оценка будущего потока доходов. В

доходном подходе предполагается, что потенциальные инвесторы не будут платить за количество бизнеса, который больше, чем текущая стоимость будущих доходов от этого бизнеса.

И есть два построения будущей модели потока дохода представленные на рис. 1.2

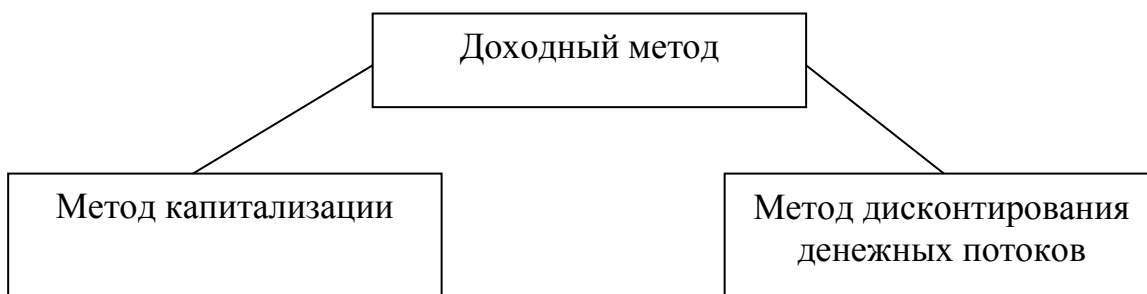


Рисунок 1.2- Схема доходного подхода

Доходный подход применяют, когда существует возможность составлять представления о дальнейшем развитии компании (строить финансовые модели). В рамках подхода используются методы капитализации и дисконтирования.

Оценка данным подходом предполагает построение прогнозов доходов. Метод выбирается в зависимости от равномерности поступления доходов.

Метод капитализации применяется в случае, когда будущие доходы примерно равны текущим или их темпы роста постоянны. При неопределенно долгом сроке функционирования бизнеса применяется метод капитализации.

При непостоянных финансовых показателях применяют метод дисконтирования, также этот метод применяется в случаях, если функционирование бизнеса завершается (независимо от причин) в ближайшем будущем, или намечается выход из бизнеса. Оценки этим методом включают в себя составление прогнозов денежных потоков на каждый год прогнозируемого периода. Далее определяется размер стоимости компании в послепрогнозном периоде. Определяют предварительную величину стоимости бизнеса как сумму текущей стоимости денежных потоков в течение прогнозируемого периода и текущего значения стоимости в послепрогнозном периоде. В случае

необходимости вносят поправки (в частности, учитывают скидку за неконтролируемый характер и скидку за недостаточную ликвидность) и определяют окончательную величину рыночной стоимости компании.

В сравнительном подходе предполагается, что стоимость предприятия определяется тем, насколько она может быть продана, если есть достаточный рынок сформирован. Другими словами, наиболее вероятное значение оценочной стоимости предприятия может быть реальная цена продажи аналогичного предприятия, рынок фиксированной.

Оценщик при оценке обязательства использовать (или обосновать отказ от использования) всех трех подходов к оценке, но он имеет право определять в каждом из подходов к оценке конкретных методов оценки.

Согласование результатов и окончательный вывод оценки рыночной стоимости объекта.

В зависимости от наличия и доступности информации, характеристик объекта оценки, предмета и условий предполагаемой сделки с объектом оценки в рамках сравнительного подхода применяются следующие методы, представленные на рис 1.3 [7].

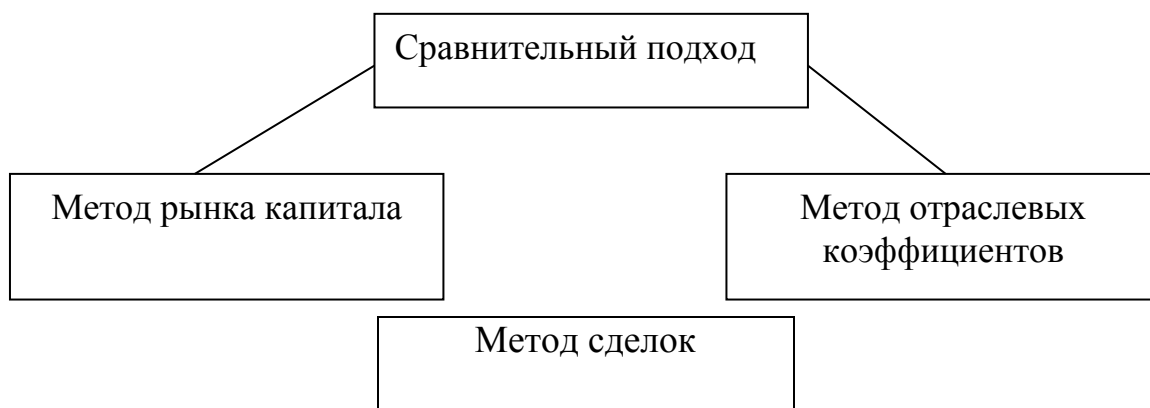


Рисунок 1.3- Схема сравнительного подхода

Метод компании-аналога.

Метод компании-аналога, как правило, применяют в случаях, когда размеры оцениваемого участия в уставном (складочном) капитале являются неконтрольным.

Источниками информации о ценах сравнимых сделок с аналогичными объектами оценки являются данные о ценах сделок с ценными бумагами, которые совершаются на открытых фондовых площадках (на биржах и в системах открытой электронной внебиржевой торговли), в том случае когда объект подобной сделки не дает его владельцу какие-либо полномочия для контроля.

В случае когда объект оценки – это контрольное участие, оценщики должны осуществить корректировки в размере премий за контрольное участие.

Метод сделок.

Метод сделок применяют в том случае, когда размеры оцениваемого участия в уставном (складочном) капитале являются контрольным.

Источниками информации о ценах сопоставимых сделок с аналогичными объектами оценки являются:

- информация о ценах сделок с ценными бумагами, долями (вкладами) в уставном (складочном) капитале, в том случае когда объект подобной сделки предоставляет его владельцу все или некоторые из полномочий контроля;
- информация о ценах сделок в форме слияния, присоединения (поглощения) или продажи предприятий (бизнеса) в целом.

В том случае, когда объект оценки – неконтрольное участие оценщики должны осуществлять корректировку в размере скидок за неконтрольное участие.

Метод отраслевых коэффициентов.

Источниками информации является, как правило, данные о специализированных отраслевых исследованиях (обзоров), которые составлены на основе анализа не меньше чем 1/2 предприятий одной отрасли, которые сопоставимы по размеру с оцениваемым.

Оценщики осуществляют и отражают в отчетах действия, которые направлены на установление соответствия результатов подобных исследований,

применяемыми методами оценки, принципами оценки, характеристиками объекта оценки, предметам и условиям предполагаемых сделок с объектами оценки.

Оценщики должны проверять и отражать в отчетах соответствия результатов, которые были получены в ходе применения данного метода, результатов, которые были получены с использованием других подходов и методов оценки.

Как правило, результаты, полученные при применении данного метода, являются индикативными и не применяются при выведении итоговой величины стоимости или им придается наименьший удельный вес [8].

Сравнительный подход, так же, как и другие основные подходы оценки бизнеса, обладает как рядом преимуществ, так и некоторыми недостатками, которые должен учитывать профессиональный оценщик. Главным плюсом, которым характеризуется использование сравнительного подхода, является то, что оценщики ориентируются на фактическую стоимость купли или продажи сходного предприятия. В этом случае цена определена рынком, поскольку роль оценщика ограничивается только лишь некоторыми корректировками, обеспечивающими сопоставимость аналогов с оцениваемым объектом.

Другие виды оценки, в отличие от рыночной, позволяют оценщику определять стоимость предприятия только на основе сделанным им расчетов. Сравнительный подход, основанный на ретро информации, отражает уже фактически достигнутые данным предприятием результаты в его производственной и финансовой деятельности, в то время как, например, доходный подход ориентирован на прогнозы, относительно будущих доходов.

1.2 Сравнение зарубежного и отечественного опыта оценки коммерческой компании

При выполнении работ SwissAppraisal (проект оценки объектов иностранных и отечественных Заказчиков с последующим аудитом со стороны международных компаний) сталкиваются с отличиями в стандартах оценок,

методах и качествах проведенных работ иностранными оценщиками и, поэтому могут сделать вывод о том, что отечественная школа оценщиков, хотя и является достаточно молодой, но выполняет поставленные перед ней цели в основном более тщательно и может по праву считаться одной из лидеров в мировой практике в области оценок.

Рынок услуг по оценкам в России в основном представлен такими направлениями как:

- Оценки стоимости предприятий / бизнеса и ценных бумаг;
- Оценки стоимости активов / основных фондов;
- Оценки стоимости недвижимого имущества;
- Оценки стоимости оборудования и транспортных средств;
- Оценки стоимости нематериальных активов;
- Оценки стоимости инвестиционных проектов.

Принятые с 1 января 2008 года поправки к закону «Об оценочной деятельности» отменяют лицензирование оценщиков, которыми теперь могут быть только профессионально подготовленные физические лица, которые являются участникам саморегулируемых организаций (СРО), те, кто застраховал свою ответственность. Одновременно с этим, официальные признание и правовой статус получили и сами организации СРО. Помимо этого, в 2007 году были приняты первые 3 федеральных стандарта оценки.

Проведем сравнительный анализ различных областей оценочной деятельности в России и странах Европы.

На наш взгляд подобное рассмотрение стоит начинать с системообразующих фактов, а именно с выделения оценочной деятельности в самостоятельную профессиональную область, а также с законодательной базы и регулирования оценочной деятельности.

Международный комитет по стандартам оценки является основным регулятором оценочной деятельности на международном уровне. Комитет основан 1981 г. Королевским институтом чартерных сюрвейеров (RICS),

Американским обществом оценщиков (ASA), некоторыми профессиональными организациями из Австралии, Новой Зеландии, Малайзии, Индии, Канады. В последующем к Комитету присоединились большинство членов TEGoVA (Сообщество оценщиков Европы) [9].

Основные задачи, которые решает Международный комитет по стандартам оценки — это гармонизация и учет мнений оценщиков при составлении стандартов финансовой отчетности, доведение мнений оценщиков и лоббирование соответствующих интересов, например, в таких организациях как Международный валютный фонд, Организация экономического развития и сотрудничества, Мировой банк и Бразильский банковский комитет .

Развивать оценочную деятельность в нашей стране начали в 1993 году на семинарах, проводимых Институтом экономического развития Всемирного банка. Первый в России семинар по оценке недвижимости состоялся летом 1993 года в Санкт-Петербурге. Второй проходил уже в Подмосковье в декабре 1993 года. В мае 1994 года в Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации провели первый семинар по оценке стоимости бизнеса. Деятельности организаций, которые занимаются оценочной деятельностью регулировались государством посредством выдачи лицензий .[10]

На данный момент в каждой Европейской стране, входящей в IVSC (Международный Комитет по стандартам оценки) или TEGOVA (Европейскую группу ассоциаций оценщиков), есть национальный режим регулирования оценочной деятельности. При этом регулирование оценочной деятельности в США отличается от регулирования оценки в Великобритании или Германии, так же как и оценочная деятельность России несколько отличается от Европейских стран .

Во всех странах с рыночной экономической системой имеются, а также активно функционируют общественные организации оценщиков. Так, например, в США на данный момент действуют 32 подобные организации. Самые известные из них – Фонд оценки и Институт оценки США, в них насчитывается примерно 40000 специалистов. Исключением являются лишь

такие страны как Италия и Испания, страны, в которых имеется особое государственное регулирование, а также США, где в 1989 г. был введен закон о государственном лицензировании оценщиков недвижимости .[11]

Ведущими профессиональными организациями США - Институтом оценки (AppraisalInstitute) и Американским обществом оценщиков (AmericanSocietyofAppraisers - ASA) в 1987 был создан Фонд оценки (TheAppraisalFoundation), который предназначен служить целям достижения единообразия и профессионализма в оценке и обучении. Последнему же способствует, и работа еще 2х независимых организаций - Совета по стандартам оценки (ССО) и Совета по классификации оценщиков (СКО). В США государственное регулирование осуществляется не только на федеральном уровне, но и на уровне отдельных штатов. По Закону о реформе финансовых институтов (FinancialInstitutionReform, RecoveryandEnforcementAct -+ FIRREA), который был принят Конгрессом США в 1989, Фонду оценки переданы полномочия по регулированию оценочной деятельности на федеральном уровне .

Единоновременно с Фондом в структуре Правительства США работает и орган по надзору за исполнением оценочного законодательства, который называется Подкомитетом по оценке (AppraisalSubcommittee). СКО интерпретирует, разрабатывает и вносит поправки в Единые стандарты профессиональной оценочной практики - ЕСПОП (UniformStandards, ofProfesionalAppraisersPractices - USPAP), обязательные к применению практикующим (сертифицированным и лицензированным) оценщиком на всей территории США. СКО устанавливает минимальный уровень опыта, образования и экзаменационных требований для оценщика недвижимости .

В штатах США деятельность оценщиков регулируется местными законодательными актами, комиссиями по регулированию оценочной деятельности, на которых возложены требования по лицензированию и сертификации оценщика недвижимости. Требования к сертификации и лицензированию в некоторых штатах расходятся, и поэтому, при работы в

конкретно взятом штате необходимо получать соответствующую лицензию, пройдя квалификационный экзамен [12].

Интересно, что до 1989 г. в США рынок услуг по оценке был саморегулируемым. Перевод к государственному лицензированию был обусловлен кризисом недвижимости. Оценки стоимости недвижимости вышли из-под контроля государственных органов. Этот факт повлек массовые проведения недостаточно объективных оценок при ипотечных кредитованиях, размещениях муниципальных заказов на строительства и в некоторых других случаях. В последнее время подобная кризисная экономическая ситуация, которая связана с завышением цен на недвижимость, наблюдалась также в Японии. В условиях финансовых кризисов можно сделать вывод, что подобная ситуация вполне может произойти и в России, если учесть общепризнанные на данный момент тенденции частых завышений цен на недвижимость, особенно в больших городах .

Великобритания

В концепции Европейской группы ассоциаций оценщиков (TheEuropeanGroupofValuersAssociations - TEGoVA) сотворена единая система аттестаций профессиональных оценщиков, базирующаяся на европейском стандарте DIN 45013. Точно такая система применяется и в Германии. Она выстроена при учете требований Королевского института специалистов в области оценок недвижимости (TheRoyalInstitutionofCharteredSurveyors - RICS), который находится в Великобритании.

Королевский институт сертифицированных оценщиков (TheRoyalInstitutionofCharteredSurveyors, RICS) является одной из крупнейших во всем мире организаций профессионалов в сфере строительства , земельных отношений и недвижимости. Общество было создано в Великобритании в 1868 году, королевская грамота ему была пожалована в 1881 году.

На данный момент институт насчитывает около 136 тысяч членов, которые являются физическими лицами из более чем 120 стран мира, а также

50 ассоциированных групп, национальных ассоциаций и общественных объединений. Европейская штаб-квартира RICS, которая была создана в Брюсселе в 1993 году, сейчас представляет интересы семнадцати национальных ассоциаций Европы.

Основными функциями RICS можно выделить: поддержку высоких стандартов образования и профессиональной подготовки; защиту потребителей по средствам контроля за выполнением правил и профессиональных стандартов деятельности; представление независимой экспертизы и информации по вопросам девелопмента, землепользования, недвижимости и проблеме окружающей среды, связанные с этой деятельностью. Кроме того, RICS выступает консультантом в областях экономики, оценок, финансирования, инвестирования и управлений активами.

Методической основой стандартизации оценкой в рамках Европейского Союза выступают стандарты оценкой RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors, UK), что определено историей развития оценок в Великобритании и Западной Европе. RICS – старейшая из профессиональных организаций, для которой правительство передало все полномочия по регулированию деятельности по оценкам начиная с середины XVII в. RICS публикуют стандарты оценок начиная с 1974 г., более известны как «Красная книга (RedBook)». Изначально они применялись для оценок с целью официальных бухгалтерских отчетностей, но начиная с середины 1990-х гг. они применяются почти при любых оценках. С 1991 г. они начали быть обязательными для членов RICS.

В некоторых других европейских странах (например, в Дании, Чехии и др.) введены в эксплуатацию системы сертификации качества услуг по оценкам на основе стандарта ИСО 9002 (ISO 9002).

Австралия

По инициативе Австралийского института оценщиков и Земельных экспертов в июне 1994 года создается Австралийский совет по Стандартам оценки. Цель его деятельности – определять позиции стандартов в общей

системе законов и внедрение их в практику оценок. В настоящее время уже издано более 20% стандартов практики оценок, частично утвержденных Австралийским советом.

Россия

Оценочная деятельность в России до 01.06.2015 г. регулировалась Федеральным законом «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» и принимаемыми в его соответствии федеральным законам и иным нормативно-правовым актам РФ, и, помимо этого, международным договорам РФ. В соответствии с ФЗ деятельность по оценке в РФ контролируют органы, уполномоченные Правительством РФ и субъектами Федерации в рамках своих компетенций, установленные законодательством России.

По мере развития профессии оценщика в России также создавались различные общественные организации оценщиков. В первую очередь, это Российское общество оценщиков (РОО), которое было создано в 1993 г., Межрегиональное общество экспертов-оценщиков, Санкт-Петербургское общество оценщиков, Российская Коллегия Оценщиков, Московское общество оценщиков, Московское областное общество оценщиков и др., при этом регулирование осуществлялось за счет государственного лицензирования.

По решению правительства Российской Федерации от 09.10.2003 года, государственное лицензирование деятельности по оценкам было отменено с 01.10.2004 года.

По инициативе Комитета по оценочной деятельности Торгово-промышленной палаты Российской Федерации в начале февраля 2004 года состоялось совещание, на котором присутствовали саморегулируемые организаций оценщиков и организаций, которые претендовали на то, чтобы стать саморегулируемыми. 11.02.2004 года одиннадцатью из них было подписано обращение в правительство, которое подтверждало их принципиальную заинтересованность в переходе от государственного лицензирования к саморегулированию. При этом, переход произошел лишь в начале 2008 года.[13]

В настоящее время в России оценочные компании имеют право функционировать на рынке только при том условии, что у них в компании не меньше двух оценщиков, которые состоят в Саморегулируемой организации. При этом просматриваются связи с прошлым. Во время лицензирования деятельности по оценкам компания имеет право функционировать на рынке при том условии, что 2 штатных эксперта включены в лицензию.

2 ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Доходный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»

Необходимость применения доходного подхода определяется тем, что сумма рыночных стоимостей активов предприятия не отражает реальную стоимость предприятия, так как не может учесть взаимодействие данных активов и экономическое окружение бизнеса.[14]

Доходный подход предполагает установление стоимости бизнеса, актива или доли в собственном капитале, в том числе и в уставном, или ценной бумаги путем расчета приведенных к дате оценки ожидаемых доходов. Представленный подход используют в том случае, когда возможно обоснованно определять будущие денежные доходы оцениваемого предприятия.

Методы доходного подхода при оценке бизнеса основываются на определении текущей стоимости будущих доходов. Основные методы это [15]:

- метод дисконтирования денежных потоков;
- метод капитализации дохода.

Мы использовали метод дисконтирования денежных потоков, который соответствует ставке дохода, отражающей риски инвестора, входит в прогнозирование потоков от объекта дисконтирующихся впоследствии по дисконтной ставке ,расчеты представлены в (табл.2.1). Расчёт методом дисконтирования денежных потоков производим на основании данных балансовых отчетов и финансовых результатов (форма №1 и №2,приложение А и Б) .

Таблица 2.1 - Расчет доходного подхода в руб.[16-17]

Название позиции	Прогнозный период			Постпрогнозный, период
	2013 год	2014 год	2015 год	
Выручка от реализации, руб.	38 400 448	50 484 285	66 370 659	66 370 659
Темпы роста выручки, %	131,5	131,5	131,5	131,5
Себестоимость продукции, руб.	128 112	142 258	157 967	157 967
Валовая прибыль	38 272 336	50 342 026	66 212 692	66 212 692
Прочие доходы-расходы, руб.	32 589 604	32 589 604	32 589 604	32 589 604
Налог на прибыль, руб.	1 136 546,4	3 550 484,4	6 724 617,6	6 724 617,6
Чистая прибыль, руб.	4 546 185,6	14 201 937,6	26 898 470,4	26 898 470,4
Расчет денежного потока				
Чистая прибыль, руб.	4 546 185,6	14 201 937,6	26 898 470,4	26 898 470,4
Амортизационные отчисления (если нет данных, то 10% от стоимости основных средств), руб.	382964	240271	384775	384775
Прирост (уменьшение) собственного оборотного капитала, если требуется, руб.	82 930 139	100 077 874,3	120 771 302	120 771 302
Прирост (уменьшение) долгосрочной задолженности, руб.	27 992 283	19 630 547,4	13 766 593,7	13 766 593,7
Капитальные вложения (доход от продажи активов), руб.	0	0	0	0
Денежный поток, руб.	115 853 382,6	133 670 088,3	161 821 141,1	161 821 141,1
Стоимость реверсии, руб.	-	-	-	899 006 344
Коэффициент текущей стоимости, руб.	0,834	0,694	0,579	0,579
Текущая стоимость денежных потоков и реверсии, руб.	96 621 721	93 200 823	93 694 441	520 524 672
Стоимость предприятия, руб.	804 041 658			

Первым этапом мы рассчитаем темп прироста выручки по формуле:

$$ТП = (ВП \cdot 100\%) / В, \quad (1)$$

где ТП- темп прироста,
 ВП- валовая прибыль,
 В- выручка от реализации.

Расчеты

$$ТП = (5\,084\,285 \cdot 100\%) / 38\,400\,448 = 131,5\% \text{ (2013- 2014)}$$

$$ТП = (66\,370\,659 \cdot 100\%) / 50\,484\,285 = 131,5\% \text{ (2014- 2015)}$$

Отсюда следует, что темп прироста выручки за рассматриваемый период (2013-2015 гг.) одинаковый и составляет он 131.5%.

Следующим этапом мы будем рассчитывать себестоимость продукции торгового предприятия «А» по формуле:

$$СП = В - ВП, \quad (2)$$

где ВП- валовая прибыль,

В- выручка от реализации,

СП - себестоимость продукции.

Расчеты:

$$СП_{2013} = 38\,400\,448 - 38\,272\,336 = 128\,112 \text{ руб.}$$

$$СП_{2014} = 50\,484\,285 - 50\,342\,026 = 142\,258 \text{ руб.}$$

$$СП_{2015} = 66\,370\,659 - 66\,212\,692 = 157\,967 \text{ руб.}$$

Выручка от реализации и себестоимость продукции определяется на основании данных Отчета о финансовых результатах ОАО «Торговое предприятие» (Приложение Б) за период 2013-2015 гг. Рассчитываем темп прироста выручки и себестоимости, делаем прогноз на 2013-2015 гг.

Теперь нам нужно высчитать налог на прибыль по данной формуле:

$$Н = (ВП - Пдр) \cdot 0,2, \quad (3)$$

где Н-налог,

ВП- валовая прибыль,

Пдр - прочие доходы и расходы.

Расчеты

$$Н_{2013} = (38\,272\,336 - 32\,589\,604) \cdot 0,2 = 1\,136\,546,4 \text{ руб.}$$

$$Н_{2014} = (50\,342\,026 - 32\,589\,604) \cdot 0,2 = 3\,550\,484,4 \text{ руб.}$$

$$Н_{2015} = (66\,212\,692 - 32\,589\,604) \cdot 0,2 = 6\,724\,617,6 \text{ руб.}$$

Далее, чистая прибыль определяется по формуле:

$$ЧП = ВП - (Пдр + Н), \quad (4)$$

где ЧП - чистая прибыль,
 ВП - валовая прибыль,
 Пдр - прочие доходы и расходы
 Н - налог на прибыль.

Расчеты

$$\text{ЧП}_{2013} = 38\,272\,336 - (32\,589\,604 + 1\,136\,546,4) = 4\,546\,185,6 \text{ руб.}$$

$$\text{ЧП}_{2014} = 50\,342\,026 - (32\,589\,604 + 3\,550\,484,4) = 14\,201\,937,6 \text{ руб.}$$

$$\text{ЧП}_{2015} = 66\,212\,692 - (32\,589\,604 + 6\,724\,617,6) = 26\,898\,470,4 \text{ руб.}$$

Рассчитываем величину денежного потока по формуле:

$$\text{ВДП} = \text{ОС} \cdot 10\%, \quad (5)$$

где ВДП- величина денежного потока,
 ОС- стоимость основных средств,
 Амортизационные отчисления равны 10%.

Расчеты

$$\text{ВДП} = 3\,829\,638 \cdot 0,10 = 382\,964 \text{ руб. (2013);}$$

$$\text{ВДП} = 2\,402\,706 \cdot 0,10 = 240\,271 \text{ руб. (2014);}$$

$$\text{ВДП} = 3\,847\,750 \cdot 0,10 = 384\,775 \text{ руб. (2015).}$$

Следующим этапом мы будем рассчитывать денежный поток за рассматриваемый период табл.2.2:

Таблица 2.2 –Расчет денежного потока

Чистая прибыль после уплаты налогов(ЧП)	
плюс	амортизационные отчисления(А)
плюс (минус)	уменьшение (прирост) собственного оборотного капитала(СОК)
плюс (минус)	уменьшение (прироста) инвестиций в основные средства (ИОС)
плюс (минус)	прирост (уменьшение) долгосрочной задолженности (ДЗ)
итого равно	денежный поток (ДП)

$$\text{ДП} = \text{ЧП} - \text{А} + \text{ИСО} + \text{СОК} + \text{ДЗ} \quad (6)$$

Расчеты

$$\begin{aligned} \text{ДП}_{2013} &= 4\,546\,185 - 382\,964 + 82\,930\,139 + 27\,992\,283 = \\ &= 115\,853\,382,6 \text{ руб}; \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ДП}_{2014} &= 14\,201\,937,6 - 240\,271 + 100\,077\,874,3 + 19\,630\,547,4 = \\ &= 133\,670\,088,3 \text{ руб}; \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ДП}_{2015} &= 26\,898\,470,4 - 384\,775 + 120\,771\,302 + 13\,766\,593,7 = \\ &= 161\,821\,141,1 \text{ руб}. \end{aligned}$$

Стоимость реверсии, с учетом ставки дисконтирования (20%) и темпа роста денежного потока (2%) равна:

$$\text{СР} = \text{ДП}_{(2015)} / (\text{СД} - \text{Трдп}), \quad (7)$$

где СР-стоимость реверсии,

ДП- денежный поток,

СД- ставка дисконтирования,

Трдп- темп роста денежного потока.

Расчеты

$$\text{СР} = 161\,821\,141,1 / (0,20 - 0,02) = 899\,006\,344 \text{ руб}.$$

Рассчитываем коэффициент текущей стоимости по формуле:

$$\text{КТ} = \frac{1}{(1+r)^n}, \quad (8)$$

где КТ- коэффициент текущей стоимости,

п-номер прогнозного периода.

Расчеты

$$\text{КТ} = 1 / (1 + 0,2)^1 = 0,834 \text{ (2013)}$$

$$\text{КТ} = 1 / (1 + 0,2)^2 = 0,694 \text{ (2014)}$$

$$\text{КТ} = 1 / (1 + 0,2)^3 = 0,579 \text{ (2015)}$$

Рассчитаем текущую стоимость денежных потоков и реверсии по формуле :

$$ТС = ДП \cdot КТ, \quad (9)$$

Где ТС- текущая стоимость,
ДП- денежный поток,
КТ- коэффициент текущей стоимости.

Расчеты

$$ТС_{2013} = 115\,853\,382,6 \cdot 0,834 = 96\,621\,721 \text{ руб.}$$

$$ТС_{2014} = 133\,670\,088,3 \cdot 0,694 = 93\,200\,823 \text{ руб.}$$

$$ТС_{2015} = 161\,821\,141,1 \cdot 0,579 = 93\,694\,441 \text{ руб.}$$

Последний этап у нас состоит из вычисления стоимости предприятия по формуле

$$СП = \sum ТС \text{ за все периоды}, \quad (10)$$

где СП-стоимость предприятия
ТС –текущая стоимость денежных потоков и реверсии.

Расчеты

$$\begin{aligned} СП &= 96\,621\,721 + 93\,200\,823 + 93\,694\,441 + 520\,524\,672 = \\ &= 804\,041\,658 \text{ руб.} \end{aligned}$$

Вывод: В результате метода дисконтирования денежного потока (доходный подход) мы получили самую высокую рыночную стоимость и составляет она 804 041 658 рублей.

2.2 Сравнительный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А».

Метод рынка капитала или аналог метода компании, основанный на сформированном на фондовом рынке рыночные цены акций подобных компаний. Основанием для сравнения служит цена за одну простую подобных компаний на фондовых рынках. В следствии цена одной акции изменяется в зависимости от величины купленного пакета — контрольного (мажоритарного) или неконтрольного (миноритарного).

Преимущество этого метода используется, как правило, фактическая информация, и не прогнозирующее из данные, который характеризуется степенью неуверенности.

Основные этапы оценки предприятия методом компании-аналога [18]:

- исследование рынка и сбор необходимой информации;
- отчет подобных предприятий;
- финансовый анализ и увеличение сопоставимость информации;
- вычисление ценовых мультипликаторов;
- выбор величины мультипликатора, который является полезной позицией к оценки компании;
- определение общей стоимости оцененного предприятия;
- внесите заключительные корректировки.

Ценностью ценового мультипликатора, каждого из аналогов, может отличаться значительно, в этом отношении, оценщик должен решить, какая стоимость должна использоваться, чтобы оценить фирму, используя результаты финансового анализа. Предварительные результаты рыночной стоимости, полученной с помощью различных типов ценовых мультипликаторов, подвергнуты процедуре одобрения, основанной на опытной надбавке. Определенный вес, приписанный каждому результату, в зависимости от качества начальной информации, особых условий оценки, роли ценового мультипликатора. [19]

Заключительные регуляторы, чтобы гарантировать большую объективность результатов оценки. Применение системы премий и скидок позволяет принимать во внимание значительное влияние дополнительных факторов, таких как достаточность инвестированного капитала, существование не выступающих активов, ликвидности. Возможность включения премии для метода управления делает метод более универсальными и применимыми для оценки контрольного пакета акций акции компании.

Сравнительный подход и его главные методы, основанные на использовании информации о ценах большого объема и финансовой информации для значительного ряда компаний. Потребность в обработке большого множества данных, чтобы определить зависимость рыночной стоимости акции компании от различных факторов оценки, требует применения математических методов на различных стадиях оценки.[20]

В нашем случае в сравнительном подходе к оценке стоимости предприятия используют 3 вида мультипликатора:

«Цена \ Прибыль» - у что информация о доходе является самой доступной. Поскольку практика показывает, крупные предприятия должны быть оценены на основе чистой прибыли и предприятий малого бизнеса, основанных на прибыли до удержания налога, так как в этом случае устраняет влияние выгоды налогообложения. Множитель, который вычислен основанный на прибыли перед процентом по кредитам и налогам, рекомендуется использовать, когда у стоимости предприятие и копии предприятия есть различное отношение собственных и заемных средств. Под потоком наличности в сравнительном подходе любая прибыль, увеличенная обесцениванием рыночной стоимости бизнеса компании. предприятие.

«Цена \ Выручка» - используется в оценке предприятий торговли и сферы услуг.

«Цена \ Чистая стоимость активов» - используется, чтобы оценить холдинговые компании, а также в случаях, когда Вы должны быстро оценить большую долю. На практике следующие отношения - чем выше эффективность бизнеса, тем больше ценность множителя. [21]

Расчеты по мультипликаторам представлены в табл.2.3.

Таблица 2.3- Расчет мультипликатора компаний аналогов

Оценочный мультипликатор	Предприятие 1	Предприятие 2	Предприятие 3	Среднее значение
Цена /Выручка	5,654	4,263	7,256	5,722
Цена /чистая прибыль	2,256	4,259	6,896	4,470
Цена/	1,896	2,359	3,456	2,570

СТОИМОСТЬ активов				
----------------------	--	--	--	--

В таблице 2.4 представлены финансовые результаты деятельности компании.

Таблица 2.4- финансовые результаты деятельности компании

Финансовая база объекта оценки	Величина показателя	Значение мультипликатора	Ориентировочная стоимость предприятия	Вес, %
Выручка	125 963 254	5,722	720 761 739,4	30
Чистая прибыль	201 589 632	4,470	1 148 488 583,43	50
Стоимость активов	356 985 475	2,570	917 452 671	20
.....				100
Итого стоимость предприятия	744 265 631 руб.			

Вывод: в результате оценки компании сравнительным подходом, методом аналогов компании у нас получился следующий результат. Итоговая стоимость получилась меньше, чем в доходном подходе и составила она 744 265 631 руб.

2.3 Затратный подход в оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»

К методам затратного подхода относятся метод скорректированных чистых активов и метод ликвидационной стоимости. Мы будем использовать метод скорректированных чистых активов.

Суть метода состоит в том, что из рыночной стоимости активов общества, определенной на дату оценки, вычитается текущая стоимость обязательств.[22]

Таким образом, стоимость предприятия до определения корректировок рассчитывается следующим образом:

$$481\,574\,608 - 55\,782\,663 = 425\,791\,945 \text{ руб.}$$

Таблица 2.5-расчет затратного подхода в руб.

Наименование показателя	2015 год
АКТИВ	

I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	
Нематериальные активы	270
Основные средства	3 847 750
Финансовые вложения	390 877 129
Отложенные налоговые активы	2 201 852
Прочие внеоборотные активы	60 125
Итого по разделу I	396 987 126

Продолжение таблицы 2.5

Наименование показателя	2015 год
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	
Запасы	175 915
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	32 844
Дебиторская задолженность	19 590 617
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	62 283 530
Денежные средства и денежные эквиваленты	2 500 671
Прочие оборотные активы	3 904
Итого по разделу II	84 587 482
БАЛАНС	481 574 608
ПАССИВ	
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	
Заемные средства	39 894 775
Отложенные налоговые обязательства	20 971
Итого по разделу IV	39 915 745
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	
Заемные средства	14 225 077
Кредиторская задолженность	194 970
Резервы предстоящих расходов	1 446 871
Итого по разделу V	15 866 918
БАЛАНС	55 782 663
Стоимость чистых активов	425 791 945
Стоимость чистых активов с учетом корректировки	405 895 125

Из таблицы 2.5- видно, что стоимость чистых активов торгового предприятия на 2015 год составила 425 791 945 рублей.

Следовательно, дебиторская задолженность корректировалась таким образом:

- допускаемый уровень потерь (не полной и/или несвоевременной оплаты) - 10%;
- размер неоплаты - 50% ($k = 0,5$).

В результате выполненного анализа мы пришли к выводу, что подходящей безрисковой ставкой в отношении дебиторской задолженности оцениваемой компании является ставка равная 7%. Ожидаемый уровень сбора

дебиторской задолженности составляет 95% , что в абсолютном выражении эквивалентно получению 21 289 597 250 миллиардов рублей.

$$1 - 0,1 \cdot 0,5 = 0,95$$

Далее дисконтирование этой суммы по безрисковой ставке 7%.

$$21\,289\,597\,250 / 1 + 0,07 = 19\,896\,819\,860 \text{ рублей.}$$

$$425\,791\,945\,000 - 19\,896\,819\,860 = 405\,895\,125\,140 \text{ рублей.}$$

Таким образом, стоимость с учетом корректировки дебиторской задолженности составляет 405 895 125 140 рублей.

Вывод: В результате применения метода чистых активов получена рыночная стоимость оцениваемого торгового предприятия «А»(учетом корректировки дебиторской задолженности), которая на эффективную дату оценки (01.01.2016 г.) составляет 405 895 125 140 рублей.

2.4 Согласование результатов оценки компании торгового предприятия «А»

Согласование результатов оценки, полученных различными подходами, производили с помощью метода определения весовых коэффициентов, который может базироваться на методах [23]:

- а) метод урегулирования приоритетов
- б) метод логического анализа;
- в) метод соответствия согласно критериям и др.

Метод расстановки приоритетов

Является экспертным методом, используемый для выбрать наилучшего объекта из ряда аналогичных объектов по группе критериев. Метод не ограничивает число сравниваемых объектов по критериям.

МРП- экспертный метод, для сравнения необходимо, чтобы суждение экспертов были достаточно адекватны, для чего предварительно проводят оценку группы экспертов одним из методов. Объекты сравнения могут быть,

продукция проекты, конструкции, поставщики, процессы, и другие. метод логического анализа;[24]

Метод логического анализа

Этот метод основан на выведении знания о будущем из другого знания - о настоящем и прошлом объекта, подтвержденном практикой. Он осуществляется с помощью логических правил дедукции, т.е. главным условием его эффективного применения является объективность исходных данных, полнота и глубина накопленных знаний о прошлом и настоящем прогнозируемого явления.

Метода логического анализа используется при составлении алгоритма управления связано, вообще говоря, с довольно сложными рассуждениями. Данный метод требует от составителя определенных навыков. Однако навыки приобретаются по мере решения практических задач, а сам метод логического анализа во многих случаях является единственным, с помощью которого удастся сформулировать алгоритм управления и записать его в аналитической форме. [25]

Метод соответствия согласно критериям

Согласование результатов оценки – это обретение конечной оценки объекта путем взвешивания и сравнения результатов, достигнувших в результате применения разных подходов к оценке.

Итоговая величина стоимости объекта оценки – это наиболее возможная величина стоимости объекта оценки, полученная как итог обоснованного оценщиком обобщения результатов расчетов стоимости объекта оценки при использовании различных подходов и методов оценки. Она может быть представлена в виде одной денежной величины либо диапазона наиболее вероятных значений стоимости[26]

Самым распространенным является метод логического анализа, который основан на субъективном мнении оценщика, проводившего анализ, именно этим методом мы и воспользовались.

Для определения весовых коэффициентов различных подходов методом согласования по критериям используется четыре объективных критерия, выбранные на усмотрение оценщика, которые описываются отдельные недостатки или преимущества применяемого метода расчета при учете особенности оценки конкретного объекта (табл.2.6).

Расчет весовых коэффициентов для использованных методов проводится в четыре этапа:

- построение матрицы факторов, в которой к каждому из подходов присваивается 4 разновидности балльных оценок в соответствии с четырьмя критериями (чем больше критериев, тем больше баллов);
- определение суммы баллов для каждого из подходов, затем для использованных подходов;
- по отношению суммы баллов определенного подхода к сумме баллов всех использованных в расчете подходов определяют расчетный вес подхода, в процентах.

Округление расчетных весов подходов с точностью до 10%.

Таблица 2.6 - Итоговая сумма рыночной стоимости оцениваемого объекта на основании расчета весовых коэффициентов

Подход	Доходный	Сравнительный	Затратный
Величина ориентировочная, руб.	804 041 658	744 265 631	405 895 125
Критерий	Баллы		
1. Достоверность и достаточность информации, на основе которой проводились анализ и расчеты	3	3	5
2. Способность подхода учитывать структуру ценообразующих факторов, специфичных для объекта	3	2	2
3. Способность подхода отразить мотивацию и/или действительные намерения типичного покупателя/продавца	2	3	4
4. Соответствие подхода виду рассчитываемой стоимости	2	2	4
Итого сумма баллов для подхода	10	8	20
Подход применялся (да/нет)	да	да	да

Сумма баллов	38		
Вес подхода, %.	27	21	52
Вес подхода округленно, %.	0,27	0,21	0,52
Согласованная величина оценки, руб.	584 452 495		
Итоговая рыночная стоимость объекта оценки округленно, руб.	584 453 000		

Согласование результатов, полученных различными подходами оценки, проводится по формуле:

$$C_{\text{ит}} = C_{\text{зп}} \cdot K_1 + C_{\text{дп}} \cdot K_2 + C_{\text{сп}} \cdot K_3, \quad (11)$$

где $C_{\text{зп}}$, $C_{\text{дп}}$, $C_{\text{сп}}$ – стоимости предприятий, которые рассчитаны доходным, сравнительным и затратным подходами.

K_1 , K_2 , K_3 – соответствующие весовые коэффициенты, которые выбраны для каждого из подходов соответственно, причем $K_1 + K_2 + K_3 = 1$

Решение

$$\begin{aligned} C_{\text{ит}} &= 804\,041\,658 \cdot 0,27 + 744\,265\,631 \cdot 0,1 + 405\,895\,125 \cdot 0,52 = \\ &= 584\,452\,495 \text{ руб.} \end{aligned}$$

Весовые коэффициенты, которые выбраны для каждого из подходов к оценке, округлены с точностью до 10% с целью использования полученных весов для согласования. Итоговая величина стоимости является лишь наиболее вероятной ценой.

На основе округленных весовых коэффициентов рассчитывается согласованная стоимость имущества, которое подлежит оценке, по средствам умножения, полученного для каждого из подходов результата на округленный вес соответствующего подхода, который рассчитывается с целью согласования стоимостей (табл.2.7), полученное значение подлежит округлению. [27]

При согласовании учитываются:

- достоверность и полнота информации;
- соответствие целям;
- недостатки и преимущества подходов в отношении конкретных ситуаций.

Таблица 2.7 - Согласование результатов

Подход к оценке	Стоимость, руб.	Вес, %	Весовое значение
Затратный подход	405 895 125	52	0,52
Сравнительный подход	744 265 631	21	0,21
Доходный подход	804 041 658	27	0,27
Итого		100	1
Рыночная стоимость	584 453 000 руб.		

В данном случае рыночная стоимость компании составило 584 453 000 тысяч рублей в результате согласование выше представленных методах.

Согласно результатам проводимых исследований возможно сделать такие заключения. Оценка предприятия (бизнес) выполнена чтобы: повысить эффективность текущего управления; принятия обоснованного инвестиционного решения; купли-продажи предприятия; принятия информированные инвестиционные решения; учреждение владельцев 'разделяет в случае подписания или завершения контракта или в случае смерти одного партнера; реструктуризация предприятия; план развития компании; определение кредитоспособности компании и ценности имущественного залога, предоставляя; страховка; налогообложение; создание информированных управленческих решений; и в других случаях. Чтобы определить стоимость предприятия (бизнеса) используют специальные методы и методы вычисления, которые называют методами оценки. Каждый метод оценки включает анализ определенной информации основной и соответствующий алгоритм вычисления [28].

3 РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ

3.1 Факторы формирования стратегии развития бизнеса

Рост числа приобретений, слияний и поглощений крупных долей российских предприятий определяет перед менеджером другую задачу – повышение стоимости компании. Выполнение именно этой задачи позволяет собственникам получать большую прибыль в том случае, если они решат продать свой бизнес. Стоимость компании является главным критерием, оценивающим эффективность работы их предприятия, а, следовательно, и эффективность работы менеджера.[29]

Руководство, задавшееся целью повысить стоимость компании, которой оно управляет, имеет для этого много возможностей – от привлечения в предприятие заемных средств до создания наиболее эффективного операционного управления предприятием. Но при любом варианте практически все производимые операции, в конечном счете, будут повышать цену компании. Соответственно, первым шагом для решения данной задачи необходимо сделать разработку соответствующим образом ориентированной рыночной стратегии. Для чего вначале нужно сделать оценку текущей стоимости компании. Это дает возможность не только уточнить цену компании, но и определяет факторы, вклад которых в общую стоимость компании можно пытаться повысить.

В целом главные факторы, которые влияют на стоимость компании, подразделяются на две группы – внутренние и внешние. К внутренним относятся показатели деятельности предприятия: прибыль, рентабельность, выручка, качество выпускаемой продукции, наличие собственного раскрученного бренда, техническая оснащенность предприятия и т.д. Очень важными, но меньше контролируемыми остаются внешние факторы: перспективы рынка, законодательная база, в рамках которой приходится

осуществлять хозяйственную деятельность, конкурентная среда, и пр. Очевидно, что менеджеру необходимо будет реализовывать конкретные мероприятия по повышению стоимости компании, изменяя на более управляемые факторы [30].

Преобразования, которые направлены на повышение стоимости компании, должны осуществляться по следующим направлениям:

- стратегия развития бизнеса;
- создание стоимости имиджа и деловой репутации;
- создание стоимости управления;
- создание стоимости внеоборотных активов;
- создание стоимости оборотных активов.

Формирование отчетливо составленной стратегии развития бизнеса, присутствие которой увеличивает рыночную конкурентоспособность и устойчивость компании, тем самым повышая и цену бизнеса в целом.

Введение системы стратегического управления предприятием содействует выявлению ориентации в финансовых возможностях и перспективах, которые возникают в складывающейся экономической системе государства, эффективных направлений в реализации финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Решение подобных вопросов предполагает стратегия предприятия.

По мнению Барина В.А., формирование стратегии осуществляется в несколько этапов, последовательность которых определяется логикой процесса и подтверждена широкой практикой применения. Главное при формировании стратегии заключается в определении содержания стратегии и в степени контроля процесса ее создания.

Формирование стратегии состоит трех этапов: видение, разработка и воплощение. При том, что воплощение избранной стратегии в обязательном порядке должно подвергаться корректировке и диагностике в соответствии с поставленными целями развития предприятия.

Формирование политики в организации является результатом построения функционального стратегического плана исходя из узких целей конкретного подразделения (или направления). Но при разнообразии функциональных политик организации нужно обеспечивать их совместимость. Если каждая отдельная функциональная политика разработана в соответствии с главными стратегическими целями организации и направлена на реализацию действий для её достижения, то все они будут совместимы друг с другом. При этом роль функциональных стратегий заключается в том, чтобы создать и развить управленческие ориентиры для достижения установленных целей организации, а также для поддержки общей деловой стратегии [31].

Для качественной реализации стратегии предприятия нужно построить целую систему функциональных стратегий, среди которых особое место занимает финансовая стратегия. В связи с этим в последнее время некоторые российские и зарубежные исследователи начали уделять особое внимание как вопросам формирования общей стратегии предприятия, так и финансовой стратегии, при этом, они рассматривают ее в качестве ключевой функциональной стратегии.

Таким образом, формирование стратегии имеет в виду определение направления, исходя из цели организации, определение четких целевых установок, и процесс самого формирования стратегии. Последний этап формирования стратегии – стратегический план, который направлен на повышение конкурентоспособности предприятия.

3.2 Создание стоимости имиджа и деловой репутации

Имидж может быть создан не только человеком, но и организацией. Он может быть определен, основываясь на всесторонних оценках общества, сообществами и клиентами стратегии, культуры и деятельности организации. Он является фактором, который определяет уровень доверия клиентов к организации, рост продаж продукции, получение кредитов, процветания (или упадка). Позитивными сторонами имиджа являются те стороны, которые

содействуют хорошему продвижению организации на рынки, негативными же те, которые препятствуют. Но, исходя из исследований, лишь 11-15% отечественных предпринимателей осознают, что для закрепления на рынке, необходимо хорошо решать все финансовые трудности, формировать позитивную корпоративную культуру, а также положительный имидж своей организации. Если у клиента формируется отрицательный образ о какой-либо организации, то они будут искать ей замену.

Но репутацию возможно сформировать обдуманной последовательностью действий, и, в этом случае, в повседневной жизни она позволит организации эффективно работать, а в трудных ситуациях – не испытывать большие потери за счет положительно репутации, которая создает для субъекта (будь то человек или организация) ряд дополнительных плюсов, а именно: ему доверяют, следовательно, его слушают, и при возможности альтернативного выбора, его выбирают первым; с ним хотят работать. Более того, если организация с хорошей репутацией допускает ошибку, то принимая правильные действия не потеряет доверия. Потому фирмы с высокой репутацией не боятся сообщать об ошибках клиентам, извиняться перед ними и делать все для того, чтобы эта ошибка не повторилась [32].

3.3 Создание стоимости управления

Отлаженный менеджмент, инновационные технологии управления и контроля, прозрачность ведения бизнеса и бухгалтерской отчетности, хорошо организованная организационная структура, отработанные и прописанные бизнес-процессы добавляют устойчивости компаниям. Обученный персонал, который мотивирован на достижение поставленной цели, обеспечивает залог снабжения жизнеспособности бизнеса.

Есть шесть направлений деятельности, которые пронизаны стоимостными мышлениями, на которых компания обязана сосредотачивать ее усилия по организации стоимости. Нужно предпринять следующие действия:

- подкрепить целевую установку четким количественным индикатором, увязанным с созданием стоимости;
- строго придерживаться подхода к управлению своим бизнес-портфелем, позволяющим максимизировать стоимость (не пренебрегать в случае нужды и радикальной реорганизацией);
- увериться в том, что корпоративная культура и организационная структура компании подчиняются требованиям создания стоимости;
- хорошо изучить главные факторы создания стоимости, которые характерны для любого бизнес-подразделения;
- организовать эффективное управление своими бизнес подразделениями, по средствам установления для них специфических целевых индикаторов и строгого контроля результатов их деятельности;
- поиск способов создания у менеджеров и работников мотиваций к созданию стоимости (необходимо применить как материальное вознаграждение, так и другие формы поощрения).

Большинство этих мер выделено элементарно, здравым смыслом. Но, учитывая наблюдения, основное число компаний все еще не уделяет необходимого внимания систематической оценке своей деятельности в этом направлении. Ниже рассмотрено каждое из них более подробно.[33]

3.4 Создание стоимости внеоборотных активов

Для увеличения стоимости активов нужно занести на баланс предприятия всё имеющееся имущество, оборудование, транспортные средства не по остаточной стоимости, а по реальной рыночной. Необходимым образом зарегистрированы права на внеоборотные активы, нематериальные активы. Они определяют совокупность имущественных ценностей предприятия, которые многократно участвуют в процессе хозяйственной деятельности и переносят на продукцию использованную стоимость. На

практике к ним относятся имущественные ценности (активы) всех видов, срок использования которых более одного года и стоимость которых свыше 15 необлагаемых налогом минимумов доходов граждан.

Положительные особенности внеоборотных активов :

а) практически не подвергаются потерям от инфляции, и, соответственно, лучше защищены от нее;

б) имеют низкие коммерческие риски потерь в процессе операционной деятельности предприятия; являются практически защищенными от недобросовестных действий партнеров по операционным коммерческим сделкам;

в) имеют способность генерировать стабильную прибыль, обеспечивая выпуск разных подвидов продукции в соответствии с конъюнктурой товарных рынков;

г) способствуют минимизации (или существенному снижению) потерь запасов товарно-материальных ценностей во время их хранения;

д) присущ большой резерв существенных расширений объемов операционной деятельности в момент подъема конъюнктуры товарных рынков.

Вместе с этим, внеоборотные активы в процессе операционных использований имеют и ряд недостатков :

а) подвергаются моральному износу (особенно нематериальные операционные активы и активная часть производственных основных средств), в связи с чем, данные виды активов теряют часть своей стоимости;

б) трудно поддаются оперативному управлению, так как они практически не изменчивы в структуре на краткосрочном периоде; в результате данного факта любые временные спады конъюнктуры товарных рынков приводят к уменьшению уровня их полезного использования, в случае если предприятие не переключится на выпуск другого вида продукции;

в) большинство из них относятся к группе слаболиквидных активов и не могут быть средством обеспечения потока платежей, который обслуживает операционную деятельность предприятия. К нематериальным активам не

являются: расходы, которые связаны с образованием юридического лица (организационные расходы); деловые и интеллектуальные качества персонала организации, их способность к труду и квалификация.[34]

Единица бухгалтерского учета нематериальных активов – это инвентарный объект. В качестве инвентарных объектов нематериальных активов также могут признаваться сложные объекты, включающие несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности (театрально-зрелищное представление, иное аудиовизуальное произведение, кинофильм, единая технология, мультимедийный продукт). Нематериальные активы проверяются на обесценение в порядке, который определен Международными стандартами финансовой отчетности.

3.5 Создание стоимости оборотных активов

В активах у каждой инвестиционно-привлекательной компании должны быть исключительно ликвидные запасы комплектующих и сырья. Для того чтобы повысить стоимость компании нужно внедрить современные технологий контроля, анализ структуры затрат, улучшение операционных показателей, анализ структуры затрат и доходов, внутреннего аудита .

Основной фактор, который влияет на стоимость компании – это ее способность генерировать «живые» деньги. Повышение стоимости компании можно достичь при помощи более эффективного использования вложенного капитала или увеличения прибыли. Задача менеджмента – сформировать эффективное операционное управление так, чтобы в конечном счете возврат на вложенный капитал и, следовательно, стоимость компании максимально увеличились. Иначе, менеджер обязан установить непрерывный контроль над объемами и качеством продукции, достижением целевого уровня рентабельности, темпами роста, и т.п.

Повышения эффективности операционного управления предприятием возможно достичь с помощью внедрения системы менеджмента качества ISO 9000. В частности, сертификация данной системы на соответствие требованиям

стандарта ISO 9001:2000 может повысить рыночную стоимость в среднем на 10%.

Повысить стоимость компании возможно также за счет разумного сочетания собственного капитала и заемных средств. Хотя и часть российских менеджеров все еще с осторожностью относятся к внешним заимствованиям. Удачное размещение облигаций или привлечение кредитов позволяет повысить капитализацию компании (а, следовательно, и ее стоимость) на 10-15%.

Таким образом, в стоимость компании входят не только текущие показатели ее деятельности. Цена бизнеса во многом зависит от потенциалов его развития в будущем, в частности, от возможностей перспектив рынка, увеличению объемов продаж, а также расширения рынков сбыта своей продукции и т.п. Следовательно, после принятия решения о продаже компании, необходимо принять во внимание, что учет данных факторов может, как повысить ее цену, так и снизить [35].

4 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ КСО ДЛЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «А»

4.1 Определение целей и задач программы КСО

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании. Иными словами, деятельность компании и программы КСО должны иметь одинаковый вектор. Тогда программа КСО будет выступать органическим вспомогательным элементом деятельности компании.

Цели реализации корпоративной социальной ответственности для торгового предприятия «А»:

- 1) развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучки кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке;
- 2) улучшение имиджа компании, рост репутации среди покупателей и конкурентов;
- 3) стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;
- 4) реклама товара и услуги;
- 5) социальная стабильность;
- 6) выход на международный рынок.

Из перечисленных целей видно, что в зависимости от целей, программы КСО направлены либо внутрь компании (внутренняя КСО), либо за ее пределы (внешняя КСО).

Таблица 4.1 – Определение целей КСО в торговом предприятии «А»

Миссия организации	Обеспечить сегмент населения города Томск достойной магазином с большим ассортиментом и качественным сервисом обслуживания.	Цели КСО: 1. развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучки кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке; 2. улучшение имиджа компании, рост репутации среди покупателей и конкурентов; 3. стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе; 4. реклама товара и услуги; 5. социальная стабильность; 6. выход на международный рынок.
Стратегия организации	Усиление позиций на рынке и расширение обслуживаемой территории.	

Из представленной таблице 4.1- мы видим, что цели КСО способствуют стратегии организации. Поскольку для стабильного положения на торговом рынке услуг является качество предоставляемой услуги, и как следствие качество продаваемой продукции, но и к высокому качеству сервисов.

4.2 Определение стейкхолдеров программы КСО

Теперь нам необходимо определить стейкхолдеров КСО в торговом предприятии «А»(табл.4.2). Стейкхолдерами или заинтересованными лицами называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции. Среди множества стейкхолдеров выделяют: собственников, акционеров, органы федеральной и местной власти, поставщиков, торговые группы, потребителей (внутренних, зарубежных), население, партнеров, инвесторов, кредиторов, конкурентов, клиенты и др. Интересы инвесторов, акционеров и поставщиков связаны с эффективностью управления организацией. Наемные работники ожидают удовлетворения их труда в формах адекватной оплаты, возможностей профессионального роста и построения деловой карьеры, дружелюбного коллектива, адекватные условий и режима труда, хорошего руководства. Покупателей интересует качество, безопасность, стоимость и доступность товаров и услуг. Администрации местных органов самоуправления

заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона. Интересы кредиторов удовлетворяются своевременным исполнением обязательств по погашению процентов и кредитов.

Таблица 4.2. – Стейкхолдеры для торгового предприятия «А».

Цели КСО	Стейкхолдеры
развитие собственного персонала, которое позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке	Собственники, сотрудники
улучшение имиджа компании, рост репутации среди покупателей и конкурентов	Собственники, сотрудники, конкуренты
реклама товара и услуги	Поставщики, сотрудники, собственники
стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе	Собственники, сотрудники, покупатели, поставщики
социальная стабильность	Собственники, покупатели
выход на международный рынок	Собственники, сотрудники

Таким образом, из данной таблицы можно сделать вывод, что наибольшее отражение в поставленных целях КСО организации находят стейкхолдеры прямого влияния. Большинство мероприятий компании направлено на сотрудников и собственников торгового предприятия. Поэтому необходимо повышать квалификацию работников, и давать им возможность приобретать опыт в различных конкурсных мероприятиях.

4.3 Определение элементов программы КСО

Следующим этапом разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО для торгового предприятия «А».

Определение элементов программы КСО зависит от множества факторов, таких как:

- 1) сфера деятельности компании;
- 2) финансовые возможности;
- 3) размер компании;

- 4) приверженность сотрудников компании;
- 5) сотрудничество с местными органами самоуправления и местными экологическими организациями;
- 6) ожидаемые результаты реализации программ.

Для того, чтобы определить необходимый перечень мероприятий, необходимо сопоставить главных стейкхолдеров компании, их интересы, мероприятия, которые затрагивают стейкхолдеров. Необходимо обратить внимание, что каждый элемент программ КСО рассчитывается на определенное время, следовательно, может быть краткосрочным или среднесрочным. Ожидаемый результат от реализации программы позволяет оценить значимость будущих итогов реализации программ. Определение элементов программ КСО торгового предприятия «А» представлено в таблице 4.3.

Таблица 4.3 – Определение элементов программы КСО торгового предприятия «А»

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Сотрудники	Премияльному работнику, оплата питания сотрудников во время рабочей смены, поощрения отгулами.	Привлечение сотрудников, поддержание работоспособности сотрудников и мотивация для отличной работы.
Сотрудники	Организация культурно-массовых и спортивных мероприятий (различного вида корпоративы, выезд на природу)	Сплоченность команды, укрепление корпоративного духа сотрудников, улучшение обстановки в коллективе.
Клиенты	Благоустройство прилегающей территории (установка урны, поручня, удобного входа для людей с ограниченными возможностями)	Забота о экологии, и конечно же о наших клиентах.
Собственники, сотрудники, потребители	Участие в конкурсе торговых предприятий	Повышение репутации компании, привлечение новых клиентов, получение нового опыта, укрепление компании на рынке.

4.4 Затраты на программы КСО

Следующим этапом в рамках КСО компании необходимо рассмотреть затраты на данные цели – таблица 4.4 Данные представленные в таблице получены на основании финансовой отчетности организации.

Таблица 4.4 – Затраты на мероприятия КСО торгового предприятия «А»

Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
Премия лучшему работнику	Рубль РФ (один человек в месяц)	5000	60000
Бесплатное питание сотрудников	Рубль РФ/сотрудник	100	252000
Участие в конкурсе торговых предприятий	Рубль РФ	700	4900
Организация корпоратива для сотрудников	Рубль РФ	2500	17500
Организация летнего похода на природе	Рубль РФ	1000	7000
Благоустройство	Рубль РФ	1500	15000
Итого:			356 400

4.5. Ожидаемая эффективность программ КСО

Оценка эффективности программы КСО должна строиться на основе принципов эффективности затрат на мероприятия и ожидаемых от мероприятий результатов.

При этом зачастую эффективность программ КСО оценить сложно. Это бывает в случае, если проблема социальной ответственности, которую решает предприятие, велика, и предприятию сложно справиться с ней в одиночку, либо эта проблема не имеет немедленного отклика на реализацию мероприятий.

При этом необходимо помнить, что каждая реализуемая программа КСО связана с целями деятельности предприятия, ее миссией. Поэтому необходимо определить эффект от реализации программ не только для общества, но и для организации. Ожидаемая эффективность программ КСО торгового предприятия «А», представлена в таблице 4.5.

Таблица 4.5 – Ожидаемая эффективность программ КСО торгового предприятия «А»

Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
Премия лучшему работнику	60000	Привлечение сотрудников, поддержание работоспособности	Создание и поддержание имиджа организации, стабильность и устойчивость предприятия
Бесплатное питание сотрудников	252000		

		сотрудников и мотивация для отличной работы.	
Продолжение таблицы 4.5			
Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
Участие в конкурсе торговых предприятий	4900	Повышение репутации, улучшение имиджа, повышение узнаваемости компании, повышение знаний и опыта персонала.	Стабильность, устойчивость и привлекательность компании
Организация корпоратива для сотрудников	17500	Укрепление командного духа, создание здоровой моральной атмосферы внутри коллектива.	Создание и поддержание имиджа организации, стабильность и устойчивость предприятия
Организация летнего похода на природе	7000	Снижение текучки кадров.	
Благоустройство	15000	Создание и поддержание имиджа компании, забота о здоровье населения	Обеспечение устойчивого развития местного сообщества и общества целом

Следовательно, мы видим, что выбранные программы КСО являются оптимальными для торгового предприятия «А».

Проводимые в рассматриваемой организации программы КСО полностью соответствуют стратегии и миссии компании. Для рассматриваемой организации одинаково важны внешняя и внутренняя КСО.

Основными преимуществами, которые получает компания от реализации программ КСО, следующие: социальная реклама организации, благополучие работников компании.

Затрачиваемые организацией средства на выполнение КСО адекватны, а ожидаемые в результате проведения мероприятий социальные последствия важны как для самой организации, так и для населения регионов деятельности организации

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

В данной дипломной работе был проведен экономический анализ основных финансовых показателей предприятия за последние три года, а также выполнена оценка стоимости основными подходами. Таким образом, поставленная цель была достигнута, а задачи решены:

1. Рассмотрели понятие и сущность оценки бизнеса;
2. Осуществили сравнения зарубежного и отечественного опыта оценки коммерческих компаний;
3. Провели анализ и сравнение методов оценки бизнеса на примере торгового предприятия «А»;
4. Выявили факторы формирования стратегии развития бизнеса;
5. Провели экспериментальные расчеты.

Оценку предприятия (бизнеса) проводят в следующих целях: повысить эффективность текущего управления предприятием; принять обоснованное инвестиционное решение; купли-продажи предприятия; установление доли совладельцев при подписании или расторжении договора или в случае смерти одного из партнеров; при реструктуризации предприятия; для разработки плана развития; оценка стоимости залога при кредитовании и кредитоспособности предприятия; страхование; налогообложение; принятие правильных управленческих решений; и в иных случаях. При определении стоимости предприятия (бизнеса) применяются специальные приемы и способы расчетов, которые имеют название – методы оценки. В каждом из методов оценки предполагается анализ конкретных информационных баз и соответствующие алгоритмы расчета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Теоритические аспекты бизнеса [Электронный ресурс]//URL: http://otherreferats.allbest.ru/Оценка_бизнеса_management/00146116_0.html . Дата обращения: 01.04.16
2. Оценка бизнеса [Электронный ресурс]//URL <http://otherreferats.allbest.ru/management/c00146116.html>. Дата обращения: 03.04.16
3. Оценка бизнеса. Зарубежный опыт [Электронный ресурс]//URL: https://www.isuct.ru/epubl/snt/sites/ru.epubl.snt/files/2015/02/snt_2015_n02.pdf. Дата обращения: 07.04.16
4. Оценка бизнеса. Менеджмент [Электронный ресурс]//URL: http://otherreferats.allbest.ru/economy/00027377_0.html4. Дата обращения: 08.04.16
5. Рыночная экономика [Электронный ресурс]//URL <http://www.mkpcn.ru/services/ocenka/business/podhody-k-ocenke-biznesa>. Дата обращения: 11.04.16
6. Подходы и методы, используемые оценщиком -[Электронный ресурс]//URL:<http://kursovaya.sokolbank.ru/ocenka-rynochnoj-stoimosti-biznesa-na-primere-aya-firma-nevskij.html>. Дата обращения: 11.04.16
7. Грязновой, А. Г. Оценка бизнеса: учебник / под ред., А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. — М.: Финансы и статистика, 2014.— 121 с.
8. Сергеева, И.В. Экономика организаций (предприятий): учебник / под ред., И.В.Сергеева. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – с. 325
9. Подходы к оценки бизнеса [Электронный ресурс]//URL: <http://finzz.ru/koefficient-kapitalizacii-formula-primer.html>. Дата обращения: 18.04.16
10. Есипов, В.Е. Оценка бизнеса 2-е издание: учебник./ В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, В.В. Терехова – СПб: Питер, 2006. – 464 с.

11. Колесникова, В.И. Ценные бумаги / под ред. акад. В.И. Колесникова, акад. В.С. Торкановского — М.: "Финансы и Статистика", 2012 г.— 35с.
12. Сравнение рынка оценочных услуг. Россия и зарубежье. [Электронный ресурс]//URL: <http://www.swissap.ru/upload/iblock/864/SwissAppraisalAnalyticalArticleAppraisalServicesRussiaAndForeignCountries>. Дата обращения: 22.04.16
13. Гараникова, Л.Ф. Оценка стоимости предприятия: учебное пособие. Изд. 1-е./ Л.Ф. Гараникова. – Тверь: ТГТУ, 2007. - 140 с.
14. Синяк, Н.Г. Экономика и оценка недвижимости: пособие для студентов учреждений./ Н.Г. Синяк – Минск: БГТУ, 2011. - 212 с.
15. Подходы к оценке бизнеса [Электронный ресурс]//URL: <http://finzz.ru/koefficient-kapitalizacii-formula-primer.html>. Дата обращения: 18.04.16
16. Щербаков, В.В. Оценка стоимости бизнеса / В.А. Щербаков. – М.: Омега-Л, 2010. – с. 285
17. Царев, В.В. Оценка стоимости бизнеса: теория и методология: учебное пособие для вузов / В.В. Царев, А.А. Кантарович – М.: ЮНИТИ, 2013. – 575с.
18. Рутгайзер, В.М. Оценка стоимости бизнеса: учебное пособие/ В.М. Рутгайзер — М.: Инфра-М, 2012. – 312с.
19. Бусов, В. И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебное пособие/ В. И. Бусов, О. А. Землянский, А. П. Поляков – М.: Юрайт, 2013. – 432 с
20. Симионова, Н. Е. Оценка бизнеса. Теория и практика/ Н. Е. Симионова, Р. Ю. Симионов– М.: Феникс, 2010. - 576 с.
21. Попков, В. П., Оценка бизнеса. Схемы и таблицы/ Попков В. П., Евстафьева Е. В – М. Юрайт: 2013. - 240 с

- 22.Абдуллаева, Н.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебное пособие / под ред. Н.А. Абдуллаева, Н.А. Колайко – М.: издательство «ЭКМОС», 2010, 35с.
- 23.Григорьев, В.В. Оценка предприятия: теория и практика/ В.В. Григорьев, М.А. Федотова - М.: ИНФРА-М, 2010. – 25 с.
- 24.Риполь-Сарагоси, Ф. Б. Основы оценочной деятельности: Учебное пособие/ Ф. Б. Риполь-Сарагоси– М.: Книга-сервис, 2011. – 240 с.
- 25.Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности Общества: / М.С. Абрютина, А.В. Грачев - М.: Дело и сервис, 2014. – 288-292 с.
- 26.Козодаев, М.В. Оценка и бизнес/ М.В. Козодаев, М.С. Пылов – М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест: Институт экономических стратегий, 2012. – 128 с.
- 27.Черемисина, С. В. Бухгалтерский и налоговый учет./ Тюленева Н. А., Земцов А. А. – Томск.: Издательство «Ветер», 2013. – 672 с.
- 28.Валдайцев, С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия/ С.В. Валдайцев - М.: Проспект, 2012. –719 с.
- 29.Гленн, М. Руководство по оценке бизнеса/ М. Гленн, Десмонд, Ричард Э. Келли – М: Российское общество оценщиков, 2011.-31с.
- 30.Калугин, В.К. Анализ и оценка рыночной стоимости бизнеса /В.К. Калугин, П.В. Новиков, Д.В. Соколов; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - СПб.: СПбГУЭФ, 2012.- 93 с.
- 31.Прокопчук, Л.О. Стратегическое планирование: Учеб. Пособие для вузов/ Л.О. Прокопчук, В.А Михайлова -М.: ЮНИТИ ,2012.-351-354 с.
- 32.Петровой, Е.А, Имидж как инструмент привлекательности и конкурентоспособности: МатериалыШестого Международного симпозиума по имиджологии/ Под ред. Е.А.Петровой. –М.: РИЦ АИМ, 2014. – 349 с.

- 33.Стоимость управления [Электронный ресурс]//URL:<http://technomag.edu.ru/doc/159983.html>. Дата обращения: 18.05.16
- 34.Стоимости внеоборотных активов [Электронный ресурс]//URL:<http://5fan.ru/wievjob.php?id=80407> . Дата обращения: 19.05.16
- 35.Стоимость оборотных активов [Электронный ресурс]//URL:<http://www.managedata.ru/mcos-565-1.html>. Дата обращения: 21.05.16

ПРИЛОЖЕНИЕ А
(обязательное)
Бухгалтерский баланс

Пояснение	Наименование показателя		На 31 декабря 2013 года	На 31 декабря 2014 года	На 31 декабря 2015 года
АКТИВЫ					
I	ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	267	265	270
	Основные средства	1150	3829638	2402706	3847750
	Финансовые вложения	1170	115945711	549319430	390877129
	Отложенные налоговые активы	1180	3054557	4218673	2201852
	Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	60125
	Итого по разделу I	1100	122 830 173	555941074	396987126
II	ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	186 356	1 833 231	175 915
	НДС	1220	33 256	34 716	32 844
	Дебиторская задолженность	1230	4 569 563	5 089 188	19 590 617
	Финансовые вложения	1240	9 513 418	98 446 180	62 283 530
	Денежные средства	1250	158 915	946 091	2 500 671
	Прочие оборотные активы	1260	-	617 123	3 904
	Итого по разделу II	1200	14 461 508	46 966 529	84 587 482
	БАЛАНС	1600	137 291 681	602 907 603	481 574 608
ПАССИВ					
III	КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал	1310	868 500	868 500	868 500
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0
	Переоценка внеоборотных активов	1340	1 689 256	1 827 670	1 784 471
	Добавочный капитал	1350	0	37 708 280	37 708 280
	Резервный капитал	1360	0	43 425	43 425
	Нераспределенная прибыль	1370	83 050 719	470 736 753	384 387 209
	Итого по разделу III	1300	84 739 975	511 184 628	425 791 945
IV	ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Займы и кредиты	1410	9 163 030	41 719 371	39 894 775
	Отложенные налоговые обязательства	1420	10 569	96 718	20 971
	Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0
	Итого по разделу IV	1400	9 203 599	41 816 089	39 915 745
V	КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства (в теч. 12 мес.)	1510	39 547 242	33 309 851	14 225 077
	Кредиторская задолженность	1520	1 231 842	12 776 900	194 970
	Доходы будущих периодов	1530	0	0	0
	Резервы предстоящих расходов	1540	2 569 023	3 820 135	1 446 871
	Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0
	Итого по разделу V	1500	43 348 107	49 906 886	15 800 818
	БАЛАНС	1700	137 291 681	602 907 603	481 574 608

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
(обязательное)

Отчет о финансовой деятельности

Наименование показателя	На 31 декабря 2013 года	На 31 декабря 2014 года	На 31 декабря 2015 года
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка	38 400 448	50 484 285	66 370 659
Валовая прибыль	38 272 336	50 342 026	66 212 692
Коммерческие расходы	-		-
Управленческие расходы	2 544 563	5 456 782	8 747 704
Прибыль (убыток) от продаж	9 203 408	12 586 032	20 345 902
Прочие доходы и расходы	32 589 604	32 589 604	32 589 604
Проценты к получению	867 895	1 453 078	2 799 878
Проценты к уплате	1 568 396	3 703 821	5 698 818
Доходы от участия в др. организациях	-		-
Прочие операционные доходы	51 101 790	88 234 965	116 447 056
Прочие операционные расходы	48 256 896	76 124 756	106 589 256
Прибыль (убыток) до налогообложения	55 140 272	56 795 234	57 965 896
Отложенные налоговые активы	421 909	357 256	218 788