

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

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки 080200 «Менеджмент»

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Тема работы
<b>Оценка влияния формы собственности на финансовое положение предприятия</b>

УДК 334 012 3 658 14

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
<b>3А4А</b>	<b>Митчел Кастро Ян Вылльямс</b>		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>ШИП, Доцент</b>	<b>Черепанова Наталья Владимирована</b>	<b>Кандидат философских наук</b>		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Доцент</b>	<b>Черепанова Наталья Владимирована</b>	<b>Кандидат философских наук</b>		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Старший преподаватель</b>	<b>Громова Татьяна Викторовна</b>			

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Доцент</b>	<b>Юдахина Ольга Борисовна</b>	<b>Кандидат экономических наук</b>		

Томск – 2018 г.

## Планируемые результаты обучения по ООП (бакалавриат)

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i><b>Профессиональные компетенции</b></i>	
<b>Р1</b>	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
<b>Р2</b>	Применять профессиональные знания в области организационно-управленческой деятельности
<b>Р3</b>	Применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности
<b>Р4</b>	Применять профессиональные знания в области предпринимательской деятельности
<b>Р5</b>	Разрабатывать стратегии развития организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций
<b>Р6</b>	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
<b>Р7</b>	Разрабатывать финансовую стратегию, используя основные методы финансового менеджмента; оценивать влияние инвестиционных решений на финансовое состояние предприятия
<b>Р8</b>	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><b>Универсальные компетенции</b></i>	
<b>Р9</b>	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности.
<b>Р10</b>	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем разрабатывать документацию, презентовать результаты профессиональной деятельности.
<b>Р11</b>	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 профессионального образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки (специальность) 080200 «Менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель ООП  
Юдахина О.Б

\_\_\_\_\_  
(Подпись) (Дата)

## ЗАДАНИЕ

### на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗА4А	Митчел Кастро Ян Вилльямс

Тема работы:

Утверждена приказом директора (дата, номер)	

Срок сдачи студентом выполненной работы:

--	--

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

#### Исходные данные к работе

*(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).*

Исходными данными для работы являлись открытые данные предприятий, отчеты, научная и учебная литература.

Так же используются отчеты по преддипломной практике, статистические данные и расчеты агентств.

<p><b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b>  <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ платежеспособности первичный сектор экономики</li> <li>2. Анализ рентабельности первичного сектора экономики</li> <li>3. Анализ деловой активности (оборачиваемости) первичного сектора экономики</li> <li>4. Анализ финансовой устойчивости первичного сектора экономики</li> <li>5. Анализ платежеспособности (ликвидности) вторичного сектор экономики</li> <li>6. Анализ рентабельности вторичного сектора экономики</li> <li>7. Анализ деловой активности вторичного сектора экономики</li> <li>8. Анализ финансовой устойчивости вторичного сектора экономики</li> <li>9. Анализ платежеспособности третичного сектора экономики</li> <li>10. Анализ рентабельности третичного сектора экономики</li> <li>11. Анализ деловой активности третичного сектора экономики</li> </ol>
<p><b>Перечень графического материала</b>  <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	<p>Рисунок 1 - Процесс управления с учетом влияния на семью  Рисунок 2- Линия рынка капитала  Рисунок 3 – Анализ платежеспособности первичного сектора экономики  Рисунок 4 - Анализ рентабельности первичного сектора экономики  Рисунок 5 - Анализ оборачиваемости первичного сектора экономики.</p>
<p><b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b>  <i>(с указанием разделов)</i></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Раздел</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Консультант</b></p>
<p><b>Социальная ответственность</b></p>	<p><b>Черепанова Н.В.</b></p>
<p><b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b></p>	<p><b>03/01/2018</b></p>

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Школа инженерного предпринимательства, Доцент	Черепанова Наталия Владимирована	Кандидат философских наук		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗА4А	Митчел Кастро Ян Вылльямс		

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ .....	7
ВВЕДЕНИЕ .....	8
<b>1 ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОЦЕНКИ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ НА ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ.....</b>	<b>10</b>
1.1 Обзор вклада ученых в исследование.....	10
1.2 Различия между семейными и не семейными фирмами.....	18
1.3 Выборка данных и методология .....	22
1.4 Линия рынка капитала .....	25
<b>2. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ СЕМЕЙНОГО И НЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА .....</b>	<b>27</b>
2.1 Выборка бизнеса используемый в данном исследовании.....	27
2.2 Анализ платежеспособности (ликвидности) первичный сектор экономики .....	29
2.3 Анализ рентабельности первичного сектора экономики .....	31
2.4 Анализ деловой активности (оборачиваемости) первичного сектора экономики .....	34
2.5 Анализ финансовой устойчивости первичного сектора экономики .....	36
2.6 Анализ платежеспособности (ликвидности) вторичного сектор экономики.....	38
2.8 Анализ рентабельности вторичного сектора экономики .....	43
2.9 Анализ деловой активности вторичного сектора экономики .....	46
2.10 Анализ финансовой устойчивости вторичного сектора экономики .....	48
2.11 Анализ платежеспособности третичного сектора экономики .....	49
2.12 Анализ рентабельности третичного сектора экономики.....	51
2.13 Анализ деловой активности третичного сектора экономики .....	51
2.14 Анализ финансовой устойчивости третичного сектора экономики.....	52
<b>3 РЕКОМЕНДАЦИИ, ОСНОВАННЫЕ НА МЕТААНАЛИЗЕ ИЗУЧЕННЫХ КОМПАНИЙ.....</b>	<b>53</b>
3.1 Оценка бизнеса на основе показателя FIMIVIST-5 .....	54

3.2 Рекомендация для внешних инвесторов .....	59
<b>4 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ .....</b>	<b>65</b>
4.1 Значение корпоративной социальной ответственности .....	65
4.2 Разработка программ ксо для предприятия (на примере магнит) .....	66
4.3 Определение стейкхолдеров программы КСО .....	71
4.4 Определение элементов программы КСО .....	72
4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО.....	76
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СТУДЕНТА.....</b>	<b>82</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А .....</b>	<b>89</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б .....</b>	<b>90</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В .....</b>	<b>91</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Г .....</b>	<b>92</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Д.....</b>	<b>93</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Е .....</b>	<b>94</b>

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 190 страниц, 15 рисунков, 18 таблиц, 49 использованных источников, 5 приложений.

Ключевые слова: эффективность бизнеса, семейный бизнес, анализ устойчивости, сектор экономики, оценка бизнеса.

Объектом исследования является оценка влияния формы собственности организации, стиля управления на финансовое положение организации.

Цель работы - определить зависимость эффективности деятельности организации на рынке от формы ее собственности.

В процессе исследования проводился финансовый анализ российских и зарубежных организаций, анализ внутренних и внешних факторов и анализ ценных бумаг.

В результате исследования был создан новый инструмент для улучшения финансовых и производственных показателей любого предприятия, также были даны рекомендации для внутренних и внешних заинтересованных сторон.

Степень внедрения: выводы, полученные в процессе исследования могут быть использованы для повышения квалификации высшего управленческого персонала.

Область применения: любой сектор экономики, а также во всех отраслях промышленности и форма предприятия.

Экономическая эффективность заключается в разработке нескольких инструментов, основанных на практике семейных и не семейных компаний, которые помогут любому предприятию в любой точке мира, найти оптимальный баланс роста. Также, это поможет государственным учреждениям и странам разработать инструменты для поддержки предприятий, которые имеют возможность роста на основе этого исследования и, следовательно, благосостояния населения, затронутого стабильностью экономики.

В будущем планируется продолжить изучение и улучшить тему исследований, чтобы открыть новую область исследования.

## **ВВЕДЕНИЕ**

В динамичном и постоянно развивающемся мире, в котором мы живем, существуют две формы бизнеса, со одной стороны у нас есть семейные предприятия, они являются преобладающей формой деловых организаций, которые, по оценкам, составляют от 60% до 78% всех фирм в разных регионах мира, а в других - корпорации, которые не контролируются семьей [1].

Основной задачей предприятия является экономическая деятельность, направленная на получение финансового результата в виде прибыли для удовлетворения социально-экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственников предприятия.

**Актуальность данной выпускной квалификационной работы** – изучить, оценить и анализировать какой тип бизнеса является более финансово стабильным и устойчивым, не только в периоды финансовой и политической стабильности, а также в периоды кризисов. Понимание, подчеркивание и разработка методов таких знаний поможет в долгосрочных периодах, регионах, предприятиях и странах, экспоненциально растут в условиях рыночной экономики.

**Цель:** определить зависимость эффективности деятельности организации на рынке от формы ее собственности.

Важно отметить, что эта тема до сих пор не рассматривалась в такой форме, тем не менее существуют многочисленные учреждения и ученые, которые и по сей день изучают последствия и успехи семейного бизнеса. Наиболее заметными являются работы центра семейного бизнеса из университета Санкт-Галлена, МакКинси & Со., ПрайсвотерхаусКуперс (PwC), Институт семейной фирмы (FFI), Гарвард Бизнес-школа, профессора Хэндлера, W. С, Джилл Томас, Кавил Рамачандран, Джон Уорд и других.

Для достижения цели были проведены следующие **задачи**:

1. Определение масштабов проникновения семейных предприятий.

2. Оценка финансовых показателей и отчетов семейного и не семейного предприятия.
3. Анализ многочисленных внешних и внутренних факторов, которые влияют на бизнес и их финансовую устойчивость
4. Создать инструмент, который мог бы помочь улучшить финансовые, структурные, внутренние факторы, а также повысить оценку семейного и не семейного бизнеса

**Объект исследования** оценка влияния формы собственности организации, стиля управления на финансовое положение организация

**Предмет исследования** является финансовая отчетность, учетная политика, структура, 20 семейных и 20 не семейных предприятиях во всем мире, таких как Магнит (Россия), Валь-март(США), Фольксваген (Германия), Марс (США), Идемицу Косан (Япония), Фейсбук (США), ТАТА Моторс (индия), Тесла Моторс (США), Ванда Групп (Китай) и другие. ООО «СРТ» была исполсовеная в качестве контроль.

**Практическая значимость** заключается в разработке нескольких инструментов, основанных на практике семейных и не семейных компаний, которые помогут любому предприятию в любой точке мира, найти оптимальный баланс роста. Так же, это поможет государственным учреждениям и странам разработать инструменты для поддержки предприятий, которые имеют возможность роста на основе этого исследования и, следовательно, благосостояния населения, затронутого стабильностью экономики.

# **1 ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОЦЕНКИ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ НА ФИНАНСОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ**

## **1.1 Обзор вклада ученых в исследование**

Семейные предприятия являются преобладающей формой деловых организаций, которые, по оценкам, составляют от 60% до 98% всех фирм в разных регионах мира. Эти предприятия являются одними из самых маленьких и самых крупных, самых молодых и самых старых предприятий в развивающихся и развитых странах. Поскольку списки старейших и крупнейших семейных фирм продолжают привлекать внимание среди практикующих, предпринимателей и политиков, научные усилия по пониманию уникальных проблем и стратегических преимуществ этих фирм продолжают расти.

Семейные предприятия определяются теоретически, поскольку предприятия «управляются и / или управляют с намерением сформировать и продолжить видение бизнеса, проводимого доминирующей коалицией, контролируемой членами одной семьи или небольшого числа семей, таким образом, чтобы потенциально устойчивым между поколениями семьи или семей. По словам Юй, Лумпкина, Соренсона и Бригама (2012)[4], участие семьи в бизнесе и индивидуальные цели семьи, делает семейное предприятие уникальным. Семейные фирмы состоят из семейной системы, которая по крайней мере частично регулируется эмоциональными отношениями и бизнес-системой, которая подчинена экономической логике рынка.

Сложность возникает, когда эти две системы перекрываются, что приводит к существенной неоднородности (Cohen and Sharma, 2016, Stewart, 2003). Учитывая эту сложность и неоднородность, многое еще предстоит изучить о причинах и последствиях поведения семейной фирмы (Dyer et al, 2014; Gagne et al, 2014). Особое

значение имеет понимание того, как семья вносит свой вклад в работу семейной фирмы (Basco, 2013; Dyer and Dyer, 2009)[7]

Для решения этих проблем были использованы многочисленные теоретические основания, включая, помимо прочего, теория агентств и управления (Madison et al., 2016)[2], экономию затрат по сделке (Verbeke and Kano, 2012),[10]институциональные (Leaptrott, 2005), социальную идентичность (Canella et al., 2015) и плановое поведение (Koropp et al., 2014).[5] Призывы к расширению теоретической междисциплинарности включают такие дисциплины, как семейная наука (Jennings et al., 2014), социология (Martinez and Aldrich, 2014) и экономика (Shukla et al., 2014),. В то время как темы межпоколенческого правопреемства (Daspit et al., 2016) и управления (Gersick and Feliu, 2014; Goel и др., 2014)[7] получили наибольшее научное внимание, на данном этапе эволюции поле имеет широкий охват и неглубоко, оставляя интересные исследовательские возможности для ученых из разных дисциплинарных точек зрения (Zahra and Sharma, 2004).[25]

Хотя исследования проводились на различных уровнях, включая человека и группы (Шарма, 2004), основное внимание в этом специальном вопросе уделяется стратегическим влияниям и последствиям участия семьи в семейной фирме. Эта перспектива ценна, учитывая потенциал, способствующий пониманию причин и последствий поведения семейной фирмы, понимание, которое имеет фундаментальное значение для бизнес-ученых.

С быстрым ростом интереса к области семейных бизнес-исследований, ученые в этой области были сосредоточены в «синтетическом» исследовании, целью которого было подвести итоги того, что известно и направлять будущие исследовательские усилия (cf., Boyer, 1990).[8]

В ранней оценке семейной деловой литературы Sharma et al. (1997) отметили, что требуется гораздо больше работы, чтобы понять, как различные факторы могут повлиять на производительность фирмы, что предполагает стратегическую перспективу управления как ценный способ продвижения вперед. Некоторые

исследования признали эту потребность и отметили, что, хотя процесс стратегического управления аналогичен для семейного и не семейного бизнеса, для продвижения вперед необходимо сформулировать отличительные особенности семейных фирм и понять, как такие функции влияют на конкурентное преимущество (Cabrerera- Suarez et al., 2001).[15] В последующей оценке перспективы стратегического управления в семейных фирмах Chrisman et al. (2005) свидетельствуют о том, что участие семьи и влияние могут повлиять на работу фирмы, отметив появление теории агентств, который связан с решением проблем, которые могут существовать в агентских отношениях из-за невыполненных целей или различных уровней отвращения к риску. Например, большинство общих агентских отношений в финансах происходит между акционерами (основными) и руководителями компаний (агентами). Теорию агентств мы рассмотрим далее в нашей работе. и ресурсного подхода в качестве первичных теоретических линз. В подтверждение этой тенденции, более поздняя оценка литературы De Massis et al. (2012) предполагает, что наиболее часто изучаемыми темами являются корпоративное управление, преемственность и ресурсы / конкурентное преимущество[26]

Начиная с этой последней оценки, бизнес-историки привели убедительные примеры того, что предприимчивые семьи сосредоточены на нескольких целях для достижения конечной цели выживания и долголетия (например, Colli, 2012; Colli et al, 2013). Появились новые теории, основанные на признании того, что отличительные черты семейных фирм, как представляется, подразделяются на различия в целях, системах управления и стратегических ресурсах (Chrisman et al, 2013).[5]

Например, в отношении целей семейной фирмы много работ объединилось вокруг ориентированных на семью неэкономических целей, которые создают социально-эмоциональное богатство для семьи. Опираясь на поведенческие и теории стейкхолдеров, Chrisman et al. (2012) найти взаимосвязь между вовлечением

семьи и принятием ориентированных на семью, неэкономических целей (например, семейная гармония, социальный статус и личность). Тем не менее, степень, в которой фирма преследует такие цели, зависит от намерений семьи продолжать бизнес и приверженность этой непрерывности (De Massis et al., 2016). Стремление к достижению таких целей, скорее всего, приведет к накоплению нефинансовых запасов социально-эмоционального богатства, что представляет собой аффективное обеспечение преимуществ от, помимо прочего, участия трансгенераторов, контроля семьи и семейной идентичности (Berrone et al, 2012; Gomez- Mejia et al., 2011; Gomez-Mejia et al., 2007). [14]

Также была принята идея в отношении характера управления в семейных фирмах. Вместо широкого анализа семейных и не семейных фирм, исследования использовали более совершенный подход к пониманию различий между семейными фирмами. Nordqvist et al. (2014 г.) [16], например, подчеркнуть разнородные структуры управления, обнаруженные среди семейных фирм, и определить конфигурации, которые возникают в результате различных сочетаний участия семьи в владении и управлении компанией. Исследователи также рассмотрели участие членов, не являющихся членами семьи, на руководящих должностях. Пател и Купер (2014) [11] считают, что равенство структурной власти среди членов семьи и не членов семьи, вовлеченных в команду высшего руководства, увеличивает участие членов, не являющихся членами семьи, диапазон стратегических действий и общую производительность фирмы. Такое понимание подчеркивает траекторию исследований в области управления, поскольку оно движется к пониманию гетерогенных структур семейных фирм и способов, которыми участие членов семьи, не являющихся членами семьи, в таких структурах обеспечивает устойчивую работу и конкурентное преимущество.

Среди наиболее заметных вкладов в теорию семейных фирм можно выделить *концепцию семейства*, которая представляет собой уникальный набор ресурсов и возможностей, возникающих при взаимодействии семейных и бизнес-систем

(Habbershon and Williams, 1999; Habbershon et al., 2003). Основываясь на концепции, Pearson et al. (2008)[2] предлагают модель *семейного социального капитала* как источник семейства, который влияет на конкурентное преимущество, богатство и потенциал создания стоимости семейных фирм. Процесс, благодаря которому семейство создает твердую ценность, рассматривается Карнесом и Ирландией (2017), который подробно описывает влияние семейства на процесс объединения ресурсов и на прочные инновации. Кроме того, Рау (2014) обеспечивает всесторонний обзор литературы с точки зрения ресурсов семейных фирм. Такие исследования, использующие стратегическую перспективу, являются примерами событий, сделанных в литературе семейной фирмы, для понимания ресурсов более высокого уровня, которые являются результатом участия семьи.

Цели, управление и ресурсы семейных фирм дают представление о стратегических факторах, которые приводят к особым видам поведения и могут привести к конкурентным преимуществам или недостаткам. Однако эти факторы несколько широки и могут быть дополнены, с учетом конкретных аспектов самого процесса стратегического управления. Как показано на рисунке 1, стратегическая перспектива управления представляет собой основу для понимания взаимосвязанности различных компонентов процесса стратегического управления: формулирование целей, формулирование стратегии, реализация стратегии, стратегическая оценка и контроль, факторы окружающей среды и результаты, имеющие отношение к семье и фирма (Sharma et al., 1997)[5].



Рисунок 1 - Процесс управления с учетом влияния на семью

Как показано на рисунке 1, в дополнительных исследованиях используется подход стратегического управления к пониманию уникального, нюансированного характера семейной фирмы. Таким образом, учитывая сохраняющуюся необходимость в продвижении изучения семейного бизнеса с точки зрения стратегического управления, этот специальный выпуск посвящен распространению исследований по некоторым стратегическим вопросам, стоящим перед семейными фирмами, и предоставлению всесторонних направлений для будущих исследований.

Ключевым недостатком современного научного понимания семейного бизнеса является отсутствие строгой интегрированной теории семейной фирмы. Одной из наиболее важных проблем, которые необходимо решить для развития такой теории, является то, как и почему эта форма или организация ведет себя и отличается по-разному от не семейной фирмы(link) Как следствие, за последние два десятилетия было проведено множество исследований, направленных на выявление и классификацию всех различий между семейными и не семейными фирмами. Как обычно с введением новой области академического исследования, фокус исследований в области семейного бизнеса эволюционировал от генерации теории к тестированию гипотез; и от относительно простых процедур тестирования до более сложных методологий, которые устраняют недостатки и ограничения предыдущих усилий.

Чтобы определить универсальные различия между семейными и не семейными фирмами, необходимыми для развития теории, из предыдущих исследований стали очевидны два важных контекстуальных вопроса.

*Первый* касается различных институтов институционального контекста, работающих в разных странах; а *второй* - связан с методологиями контроля за конкретными контекстуальными различиями в конкретной стране. Первый признает, что различия между семейными и не семейными предприятиями могут варьироваться в зависимости от корпоративной среды, в которой они работают; в то время как второй признает, что необходимо сравнивать семейные и не семейные фирмы аналогичного характера с целью выявления истинных различий между этими двумя группами.

Учитывая, что большинство исследований семейного бизнеса было проведено в Северной Америке и Соединенном Королевстве (Гомес-Меджия, Нунез-Никель и Гутьеррес, 2001), исследования с использованием данных фирмы из других стран ценны просто из-за их относительной нехватки. Однако имеет большее значение их способность подтвердить или отрицать универсальность

различий, обнаруженных между семейными и не семейными фирмами из этих двух регионов. Например, в то время как серьезные семейные конфликты были обнаружены между мажоритарными и миноритарными акционерами в восточноазиатских семейных фирмах (Faccio, Lang & Young 2001), эти проблемы не были очевидны в исследовании Anderson and Reeb (2003b)[3] американских семейных фирм. Аналогичным образом, хотя исследование Gedajlovic и Shapiro (1998) подтвердило предложение теории агентств о том, что низкая концентрация собственности в фирме приведет к снижению производительности в фирмах в США и Великобритании, они также обнаружили, что это не относится к фирмам во Франции, Германии и Канада. В обоих случаях национальные различия в соответствующих средах корпоративного управления считались причиной этих изменений, поскольку они изменили динамику агентства между менеджерами и акционерами в этих странах. Тем не менее, результаты этих исследований также указывают на то, что необходимы более кросс-национальные сравнительные исследования семейных предприятий.

Многие из ранних семейных бизнес-исследований, как правило, применяли методологии, которые просто сравнивали семейные и не семейные предприятия с доступным для них населением, без учета различий в демографических показателях выборки фирм. Вероятно, это было следствием крайней трудности, которую большинство исследователей обнаруживает в получении достоверной информации о семейных фирмах (Schulze, Lubatkin & Dino 2003). Это, однако, привело к озабоченности по поводу методологии, подходящей для сравнительных исследований семейного бизнеса, и призывает исследователей контролировать контекст при сравнении семейных и не семейных фирм. Как отмечают Westhead (1997) и Westhead and Cowling (2018)[7], неспособность сделать это может привести к идентификации выборочных, а не реальных различий между семейными и не семейными фирмами. В ответ многие недавние исследования семейного бизнеса начали использовать многовариантные статистические методы, которые

контролируют для контекста. См., например: Anderson and Reeb 2003a, 2003b & 2016; Gedajlovic и Shapiro 1998; Gomez-Mejia et al., 2011; Грейвс и Томас 2004; Рандой и Goel 2003; Шульце, Лубаткин, Дино и Бухгольц, 2009; Schulze et al 2017.[3][5][8]

Поэтому ВКР структурирована следующим образом:

Во-первых, проверяемые гипотезы взяты из прошлых исследований.

Во-вторых, изложен набор данных и методология.

В-третьих, представлены результаты статистического анализа, и, наконец, обсуждаются последствия результатов. Также вся необходимая информация будет доступна в приложении к этой работе.

## **1.2 Различия между семейными и не семейными фирмами**

Теоретическая основа, используемая для объяснения различий между семейными и не семейными фирмами, это теория агентства. Эта теория имеет относительно долгую историю, ее генезис, вероятно, прослеживается еще в Берле и Минах (1932).[9] Теория утверждает, что интерес руководителей и агентов не совпадает и что при отсутствии соответствующих стимулов и / или достаточного мониторинга агенты будут пытаться максимизировать свою собственную полезность, часто за счет использования принципалов (Jensen & Meckling 1976).[17] Для современных корпораций теория агентств была применена к взаимоотношениям между менеджерами фирмы и ее акционерами. Теория утверждает, что владельцы (акционеры) хотят максимизировать прибыль и их агенты (менеджеры) могут предпочесть участвовать в корыстных, некоммерческих мероприятиях. Таким образом, производительность фирмы в некоторой степени зависит от способности собственников эффективно контролировать менеджеров (Gedajlovic & Shapiro 1998), а стоимость выполнения этих мероприятий известна как затраты агентства.

## *1) Рентабельность*

Традиционная теория агентств предсказывает, что семейные фирмы будут превосходить компании, не связанные с семьей, потому что разделение собственности и контроля позволяет руководителям компаний, не входящих в семью, максимизировать свою собственную функцию полезности за счет прибыли фирмы (Demetz & Lehn 1985; Daily & Dollinger 1992; Randoy & Goel 2003). Кроме того, эмоциональные члены семьи в своей фирме делают их более приверженными успеху в бизнесе (Davis 1983). Однако, как указано выше, недавние исследования показали, что семейный бизнес не лишен собственных проблем со стороны агентства. Таким образом, определение того, какой тип фирмы больше всего зависит от их соответствующих агентских затрат, является вопросом эмпирического анализа. Эта задача становится более обременительной из-за необходимости рассмотрения упомянутых ранее контекстуальных проблем; а именно: национальные различия в условиях корпоративного управления и демографические различия между фирмами в их собственной стране.

Учитывая эти контекстуальные проблемы, не удивительно, что предшествующие исследования в этой области дали противоречивые результаты (Randoy & Goel 2003). Изучение результатов исследований с использованием методологий, которые учитывают контекст среди их выборки, свидетельствует о том, что национальные различия в среде корпоративного управления имеют значение. Например, британское исследование Уэстхеда и Коулинг (1997), [22] после учета большого контекста, не нашло различий между уровнями доходности семейных и не семейных предприятий. Напротив, исследования, проведенные в США (2013а) и (2014) [24] показали, что в среднем семейные фирмы работают лучше, чем фирмы, не связанные с семьей. Фактически, их исследование (2013а) определило разницу, показывающую, что в среднем у американских семейных фирм доходность активов (ROA) на 6,65% выше, чем у фирм, не относящихся к семье.

## ***2) Рост***

По мнению ранних агентских теоретиков, рост часто не будет основной целью семейных фирм из-за основной необходимости сохранить контроль над фирмой для семьи; в то время как для менеджеров компаний, не являющихся членами семьи, рост предоставляет возможности для более высокой компенсации и продвижения по службе (Daily & Dollinger, 1992). Более поздние исследования добавили к этому ожидание более низкого роста от семейных фирм, выделив, как некоторые аспекты поведения семейной фирмы наблюдаются отрицательно. Например, предпочтение семейных фирм к потреблению вместо инвестиций является одной из причин, по которым ожидаются более низкие темпы роста семейных фирм (Anderson & Reeb 2013b, DeAngelo & DeAngelo 2000; Schulze et al., 2013)[1][2][7][10], а также распространенность управленческого закрепления в семейные фирмы (Gomez-Mejia et al., 2011) и их предпочтение снижению бизнес-рисков (Anderson & Reeb 2013b; Casson 1999; Graves & Thomas 2014).

Хотя результаты Gallo (1995) подтверждают эти ожидания, исследования Teal, Upton и Seaman (2013) и Daily and Dollinger (1992) не обнаружили различий между ростом семейных и не семейных фирм в их образцах. Кроме того, несколько эмпирических исследований, изучающих рост семейного бизнеса, которые контролируют контекст в рамках их выборки, также не обнаружили различий в росте между двумя группами. Как исследование Westhead & Cowling's (1997) в Великобритании, так и исследование Jorissen et al (2005) в Бельгии, не обнаружили различий между уровнями роста их семейных и не семейных компаний. Учитывая вес эмпирических результатов, эти данные свидетельствуют о том, что теоретические выводы, подчеркивающие ожидание более низкого роста для семейных фирм, нуждаются в уточнении, и, что следующая гипотеза отражает наше ожидание; особенно учитывая большую сопоставимость между Jorissen et al (2015) и настоящим исследованием.

### **3) Ориентация экспорта**

По словам Грейвса и Томаса (2004: 8), [4]«деловая литература утверждает, что сложности, характерные для семейных фирм, влияют на отношение и степень интернационализации». В этой литературе утверждается, что ориентация на экспорт семейных фирм меньше, чем фирмы, не связанные с семьей, потому что семейные фирмы менее ориентированы на рост, менее вовлечены в сети, больше склонны к риску и предпочитают жить в непосредственной близости от своей деятельности. У семейных фирм также есть внутренняя культура, которая является, устойчивой к изменениям и где лица, принимающие решения, ограничены историей и традициями фирмы (Graves & Thomas 2004).

Эмпирические результаты предыдущих исследований, изучают различия между ориентацией на экспорт семейных и не семейных фирм. Например, исследование Донкельса и Фролиха (1991)[19] поддерживало литературу, в которой рассмотрено, что семейные фирмы меньше ориентированы на экспорт, чем фирмы, не относящиеся к семье, в то время как исследование Галло (1995) не выявило различий между этими двумя группами в этом отношении. Аналогичным образом, эмпирические исследования, изучающие экспортную ориентацию семейных фирм, которые также контролируют контекст, показывают смешанные результаты. Например, исследование Уэстхеда и Коулинг (1997)[18] в Великобритании не выявило различий между этими двумя группами, в то время как исследование Graves and Thomas (2004) в Австралии по производству МСП и Jorissen et al (2005), проведенное в Бельгии, показало, что семейные фирмы экспортируют меньше, чем не семейные фирмы.

Учитывая, что исследование Уэстхеда и Коулинга (1997) не контролирует размер фирмы, вероятно, важное соображение в этом случае, и упомянутая выше сопоставимость между Jorissen et al (2005) и настоящим исследованием принимается следующая гипотеза: «семейные фирмы будут иметь значительно

более низкий уровень экспорта (в процентах от объема продаж), чем не семейные фирмы».

### **1.3 Выборка данных и методология**

Группа фирм, используемая в этом исследовании, состоит из 200 фирм мира, каждая из которых предоставляла четыре года подряд данные через администрацию бизнеса каждой страны. Это исследование было проведено самостоятельно за финансовые годы с 2014 по 2017 год. Целостность опроса была усилена за счет использования различных методов, включая сопоставление с другими файлами данных, доступными Бюро статистики каждой страны (например, Китай, Россия, США и т.д.), для поиска любых недостающих данных. Кроме того, поскольку статистику каждой страны может на законных основаниях обеспечивать адекватное реагирование на вопросники, показатели ответов очень высоки по стандартным исследованиям - как правило, более 95 процентов.

Целостность выборки была усилена путем «очистки» данных, то есть путем исключения тех случаев, которые содержат логические несоответствия.

Однородность группы была усилена включением тех фирм, которые были организованы как акционерно общества, также каждая семейная и не-семейная фирма были исследованы, чтобы узнать их цели, стратегические цели и другую соответствующую информацию для этого исследования, опрос и ответы можно найти в приложении в профиле каждой компании.

#### **1) Определение переменных**

##### ***А) Независимые переменные***

Для целей настоящего исследования *фирма* классифицируется как семейный бизнес, если она соответствует трем критериям.

*Первое* — это выдвинутые Гассоном, Кроу, Эррингтоном, Хатсоном, Марсденом и зимой (1988) и Рамом и Праздником (1993); а именно: «считают ли члены, эмоциональной группы родственников, своей фирмой семейным бизнесом»

(Westhead, Cowling & Howorth 2011: 370). Таким образом, считается, что фирмы, которые ответили утвердительно на вопрос: «Считаете ли вы, что этот бизнес является семейным бизнесом?», Удовлетворены этим критерием.

*Второй критерий* относится к другому определению семейного бизнеса, используемому другими исследователями; а именно: «управляется ли фирма членами, взятыми из одной доминирующей группы семей» (Westhead et al., 2001: 370)[15]. Этот критерий считался выполненным, если фирма ответила утвердительно на вопрос: «Считаете ли вы, что этот бизнес является семейным бизнесом, потому что члены семьи работают директорами или собственниками?»

*В последнем критерии* рассматривается другой метод, используемый для различения семейных предприятий от других фирм; а именно, имеет ли рассматриваемая семья более 30 процентов акций фирмы (Chromie, Stephenson & Monteith 1995, Westhead et al 2011).[32] Этот критерий считался удовлетворенным, если фирма сообщила о том, что более 30 процентов ее собственного капитала принадлежит семье, работающей или неработающей, по крайней мере в течение одного года опроса.

Ограничение на 30% обусловлено наблюдением, что в странах ОЭСР на уровне 30% голосов достаточно, чтобы доминировать в общем акционерное общество компании, это связано с тем, что в среднем лишь примерно 60% голосов присутствуют на общих собраниях. Это причина того, что для того, чтобы быть точным в нашей классификации, мы решили использовать 30% выборку, что также более консервативно, чем большинство академических исследований, которые часто используют ограничение на 20 или 25%. Оценки в этом исследовании основаны на данных за период с 2014 года по декабрь 2017 года. Компании, для которых не были получены полные и надежные данные за эти годы, были вообще исключены из исследования.

Фирмы, которые не соответствовали этим многочисленным критериям, были классифицированы как не семейные предприятия.

## ***Б) Зависимые переменные***

Первые три зависимых переменных, указанные в таблице 5 (приложение), относятся к рентабельности, росту и ориентации на экспорт и повторяют те, которые использовались Джориссеном и др. (2015). Рентабельность отражается в четырехлетней средней чистой рентабельности активов; рост фиксируется трехлетним средним ежегодным ростом занятости, совокупными активами и валовой прибылью; в то время как ориентация на экспорт фиксируется в среднем за четыре года экспортных доходов выборки фирм в процентах от объема продаж. Результаты каждой из этих трех переменных были разделены на пять порядковых категорий, что позволило использовать статистический анализ по порядковой регрессии. Следует отметить, что исследование Йориссена и др. (2015)[10] изучало «добавленную стоимость» вместо валовой прибыли. Добавленная стоимость не представлена в финансовых отчетах, и валовая прибыль считалась разумным прокси в этом случае.

Потому что мы должны сравнивать яблоки с яблоками, выбранные компании были разделены отраслью и начальным, вторичным и третичным сектором экономики. Кроме того, для всех компаний был проведен полный анализ, включая SWOT-анализ, финансовый анализ, описание продукта и услуг, цели и ответы на независимый опрос, выполненный для этой работы.

Всю информацию о компаниях, в том числе информацию о месте практики, можно найти в приложении к диплому.

## **2) Статистический метод**

Основные непрерывные данные, используемые для генерации переменных, описанных выше, имеют нерегулярные свойства распределения (то есть не распространяются). Превращение метрических переменных для получения нормальных распределений исключается из-за трудностей интерпретации, часто создаваемых такими процедурами. Следовательно, используются непараметрические / свободные методы статистического анализа; таким образом,

порядковые регрессии используются для определения статистически значимых различий между семейными и не семейными предприятиями после учета размера фирмы, возраста и отрасли. Использование таких методов согласуется с обширной массой других исследований, которые использовали данные деловых администраций каждой страны (см., Например, Graves and thomas 2014, Johnsen and McMahon 2005a & b; Jones 2014a & b, 2015 и 2015/2016; Jones and Xydias-Lobo 2014 McMahon 1999a & b, 2011a, b, c & d, 2013 & 2014; Smith 2013, 2015, 2016), [1][4][7][8] а большой размер выборки должен учитывать любые предполагаемые ограничения «мощности» этого метода по сравнению с параметрическими методами более высокого порядка ( Seigel & Castellan 1988)[33].

Для точного сравнения было использовано средневзвешенное значение для определения важности между компаниями, исключая компанию, которая практика было приведено. Она будет включена в совершенно другой набор данных, принимая во внимание, что это не семейная компания.

#### **1.4 Линия рынка капитала**

SML является результатом сочетания рыночного портфеля и безрискового актива (точка L). Все точки вдоль SML имеют превосходные профили обратного риска для любого портфеля на эффективной границе, за исключением Market Portfolio, точки на эффективной границе, которой SML является касательной. С точки зрения SML портфель M состоит исключительно из рискованного актива, рынка и не имеет владения безрисковым активом, т. е. Деньги не инвестируются и не заимствованы из счета денежного рынка. Точки слева от и над SML недопустимы, тогда как точки справа / внизу достижимы, но неэффективны.

Добавление кредитного плеча (точка R) создает портфели с рычагами, которые также находятся на SML.

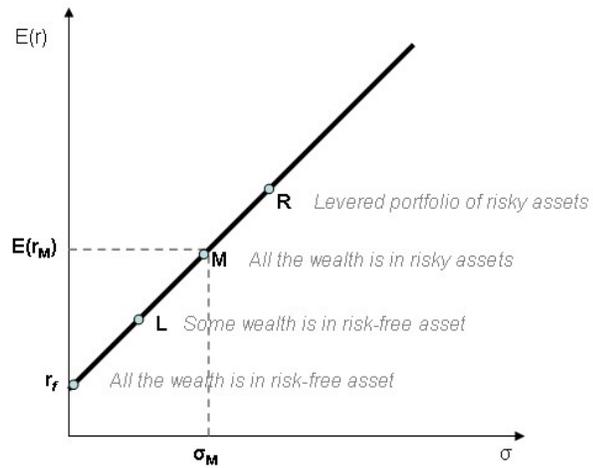


Рисунок 2- Линия рынка капитала

Линия на рынке капитала, использовалась для определения наилучшего возможного портфолио с точки зрения инвестора в компаниях, упомянутых в этой работе. когда мы говорим о лучшем, это означает, что это обеспечит максимальную прибыль в долгосрочной перспективе.

## 2. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ СЕМЕЙНОГО И НЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

Анализ финансового состояния предприятия включает в себя анализ бухгалтерских балансов и отчетов о финансовых результатах за прошедшие периоды в целях определения основных финансовых показателей. Финансовый анализ также служит основой понимания истинного положения предприятия и степени финансовых рисков. Результаты финансового анализа непосредственно влияют на определение целей планирования деятельности предприятия на следующие периоды.

1. Анализ платежеспособности,
2. Анализ рентабельности
3. Анализ оборачиваемости
4. Анализ структуры источников финансирования
5. Выводы о доходности деятельности предприятия, рисках неплатежеспособности.

### 2.1 Выборка бизнеса используемый в данном исследовании

Чтобы понять разделение и финансовые различия между семейными и не семейными компаниями на основе результатов, полученных с помощью опроса, мы можем видеть таблицу 1.

Таблица 1 - Семейные и не семейные предприятия, разделенные по секторам экономики.

Сектор экономики	Семейная компания	не-семейная компания
Первичный сектор экономики	ОК РУСАЛ (Москва, Россия)	ПАО «Газпром» (Москва, Россия)
Вторичный сектор экономики	Nike, Inc (Бивертон, Орегон, США)	Adidas AG (Херцогенаурах, Германия)

Продолжение таблицы 1

	Christian Dior SE (Париж, Франция)	Walgreens Boots Alliance (Дирфилд, Иллинойс, США)
	China Evergrande Group (Шэньчжэнь, провинция Гуандун, Китай)	Abertis Infraestructuras, S.A (Мадрид, Испания)
	Volkswagen (Вольфсбург, Германия)	General Motors Company (Детройт, Мичиган, США)
	Samsung (Сеул, Южная Корея)	APPLE INC
	Continental AG (Ганновер, Германия)	Daimler AG (Штутгарт, Германия)
Третичный сектор экономики	Berkshire Hathaway (Камберленд, Род-Айленд, США)	Сбербанк (Москва, Россия)
	Walmart Inc.(Bentonville, Арканзас, США)	Carrefour S.A.(Булонь-Бийанкур, Франция)
	Магнит (Краснодар, Россия)	Costco Wholesale Corporation (Сиэтл, Вашингтон)
Объект практика	ООО «СРТ» (Новосибирск, Россия)	

В таблице 1 показаны все изученные компании, разделенные основным принципом: семья владеет более чем 32% акций, чего более чем достаточно, чтобы полностью контролировать решения на собрании акционеров, это связано с тем, что в среднем лишь примерно 60% голосов присутствуют на общих собраниях в соответствии с ОЭСР [27]. также компании делятся отраслью и сектором экономики с соответствующими конкурентами в той же отрасли с аналогичной капитализацией, количеством сотрудников и размером. Компания, которая выпускная квалификационная практика была проведена, будет сравниваться со всеми другими компаниями в качестве контрольного объекта.

## 2.2 Анализ платежеспособности (ликвидности) первичный сектор экономики

Показатели ликвидности является мерой способности должника выплачивать свои долги по мере наступления срока их погашения. Обычно это выражается как отношение или процент текущих обязательств. Ликвидность — это способность оплачивать краткосрочные обязательства. Существует ряд коэффициентов, которые измеряют ликвидность, которые отличаются тем, насколько строго они определяют «ликвидные активы». Следует рассчитать показатели платежеспособности, результаты представить в таблице 2. и финансовая отчетность каждой компании представлена в приложении

**Коэффициент абсолютной ликвидности ( $K_{ал} - CR$ )**, характеризует покрытие текущей кредиторской задолженности за счет денежных средств и ликвидных ценных бумаг. Нормальное значение больше 0.25

$$K_{ал} = \frac{ДС + КФВ}{КО}$$

**Коэффициент быстрой ликвидности ( $K_{сл} - QR$ )**, представляет собой коэффициент ликвидности, который дополнительно уточняет коэффициент текущей ликвидности. QR более консервативно, чем текущее, поскольку оно исключает запасы и прочие оборотные активы. Более высокий коэффициент быстрой ликвидности означает более жидкую текущую позицию. Нормальное значение больше 0.8.

$$K_{сл} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ}{КО}$$

**Коэффициент текущей ликвидности** показывает превышение общих оборотных (текущих) активов над краткосрочной кредиторской задолженностью. Нормальное значение 1.5-3.

$$K_{тл} = \frac{ОА}{КО}$$

### Обозначения в формулах:

ДС – денежные средства

КФВ – финансовые вложения, в разделе «Оборотные активы»

ДЗ – дебиторская задолженность

КО – краткосрочные обязательства

Таблица 2 - Анализ платежеспособности первичного сектора экономики

Наименование показателя	Обозначение	Семейная компания	Несемейная компания	ООО «СРТ»	норма
		ОК РУСАЛ	«Газпром»		
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл (CR)	1.73	0.88	1.25	1.5
Коэффициент быстрой ликвидности	Ксл(QR)	0.76	0.63	1.24	0.8
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал(ALR)	0.34	0.28	0.90	0.25

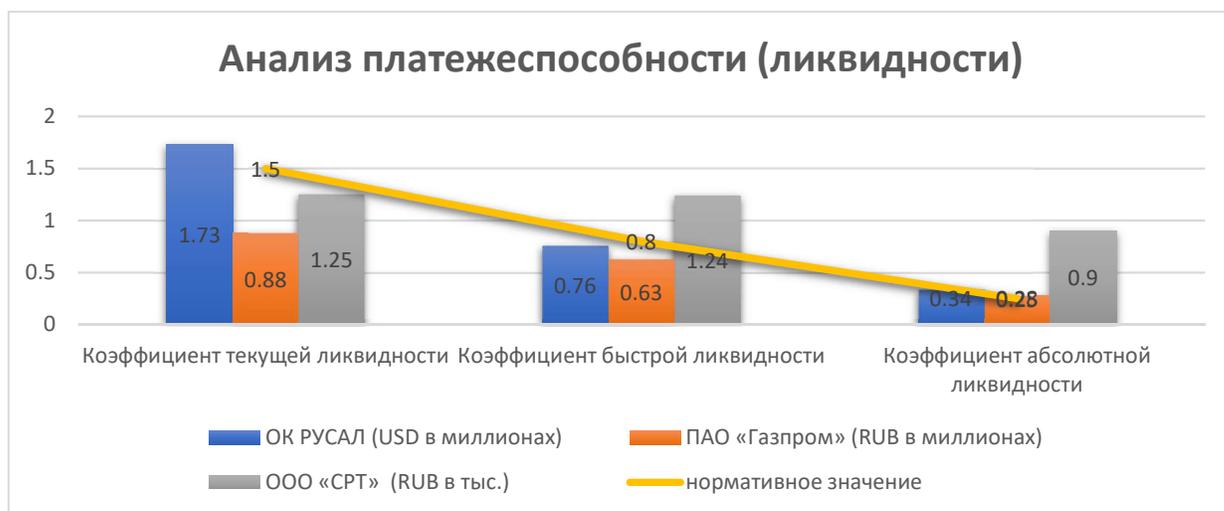


Рисунок 3 – Анализ платежеспособности первичного сектора экономики

ОК Русал за 2017 год является платежеспособным, этому свидетельствуют коэффициент текущей ликвидности равный 1,73 <1,5 и коэффициент срочной(быстрой) ликвидности равный 0,78 <0,8 нормы — это не значительно менее нормы, а коэффициент абсолютной ликвидности 0,34>0,25 значит что

предприятия может погасить все краткосрочные обязательства за счет оборонных активов.

По сравнению ОК Русал у ПАО «Газпром» не является платежеспособным, этому свидетельствуют коэффициент текущей ликвидности равный 0,88 <1,5 и коэффициент срочной ликвидности равный 0,63 <0,8 нормы — это значительно меньше нормы, к счастью, ПАО «Газпром», коэффициент абсолютной ликвидности 0,28>0,25 значит, что предприятия может погасить все краткосрочные обязательства за счет оборонных активов.

### **2.3 Анализ рентабельности первичного сектора экономики**

Каждая фирма больше всего заботится о ее прибыльности. Одним из наиболее часто используемых инструментов анализа финансовых коэффициентов являются коэффициенты рентабельности, которые используются для определения прибыли компании и ее возврата ее инвесторам. Меры рентабельности важны как для руководителей компаний, так и для владельцев.

Коэффициенты рентабельности показывают общую эффективность и производительность компании. Коэффициенты рентабельности подразделяются на два типа: рентабельности и прибыли. Коэффициенты, отображающие доход, отражают способность фирмы измерять общую эффективность фирмы в получении прибыли для своих акционеров. В данной БКР рассчитали и проанализировали следующие показатели рентабельности:

**Валовая рентабельность продаж(R)** – процентное отношение валовой прибыли к выручке.

$$R = \frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}} * 100\%$$

**Операционная рентабельность продаж** - процентное отношение операционная прибыль (прибыль от продаж) к выручке

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}} * 100\%$$

**Чистая рентабельность продаж** – процентное отношение чистой прибыли к выручке

$$R_{\text{чПр}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}} * 100\%$$

**Рентабельность активов** – процентное отношение прибыли от продаж к среднему значению совокупных активов предприятия

$$ROA = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Совокупный активы}} * 100\%$$

**Чистая рентабельность активов (ROA)**– процентное отношение чистой прибыли к среднему значению совокупных активов предприятия

$$ROA_{\text{чПр}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Совокупный активы}} * 100\%$$

**Рентабельность собственного капитала** – процентное отношение чистой прибыли к среднему значению собственного капитала

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} * 100\%$$

**Рентабельность собственного капитала (ROE)** — это сумма чистого дохода, возвращаемого в виде процента от собственного капитала.

Таблица 3 - Анализ рентабельности первичного сектора экономики

Показатели рентабельности	Обозначение	ОК РУСАЛ	ПАО «Газпром»	ООО «СРТ»
Валовая рентабельность продаж, %	<b>R (GMS)</b>	27.95%	56.16%	12.61%
Операционная рентабельность продаж, %	<b>Rпр (OPS)</b>	12.92%	17.50%	3.34%
Чистая рентабельность продаж %	<b>РЧПр (NPS)</b>	12.26%	13.63%	-0.59
Рентабельность активов, %	<b>ROA</b>	8.90%	12.93%	2.93%
Чистая рентабельность активов, %	<b>ROAчПр</b>	8.44%	10.07%	-0.52%
Рентабельность собственного капитала, %	<b>ROE</b>	42.99%	19.72%	-1.06%

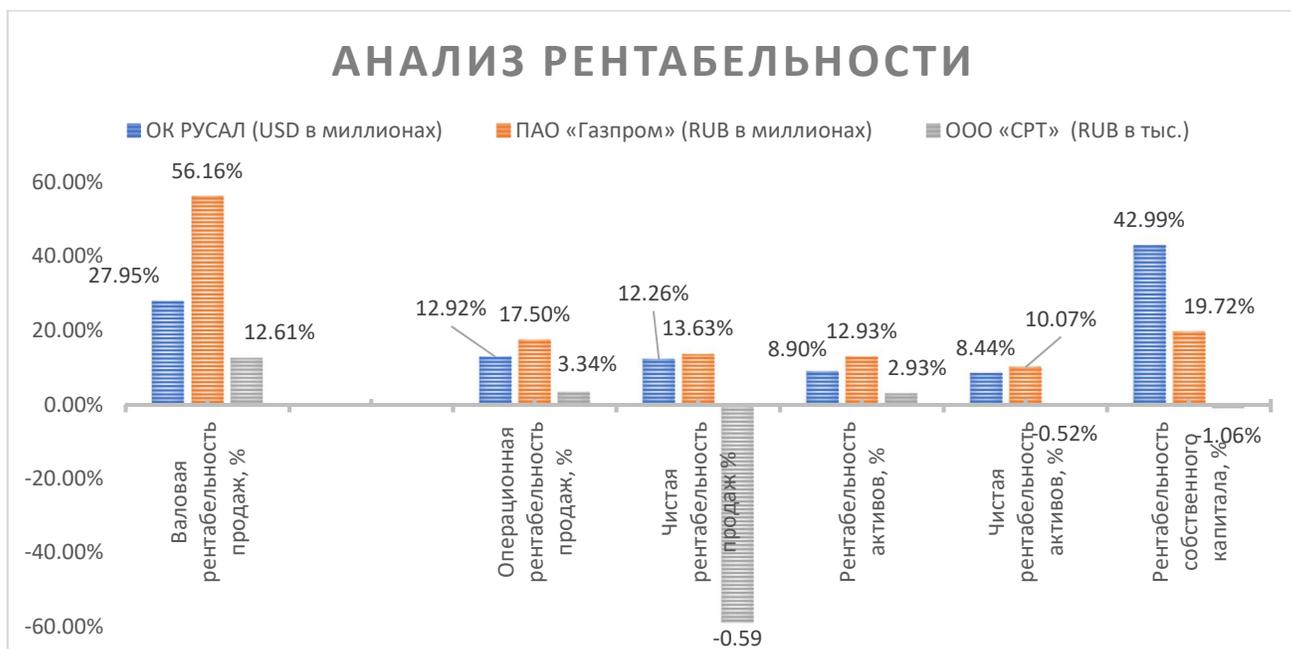


Рисунок 4 - Анализ рентабельности первичного сектора экономики

Как видно из таблицы 3 и рисунка 4. показатели рентабельности за 2017 год находится на уровне средней доходности по рынку: валовая рентабельность у ОК Русал - 27.95% это более 6% выше, чем средней отраслевой -22%. С другой стороны, валовая рентабельность у ПАО «Газпром» - 56.16% на много выше чем средней отраслевой- 27.2%. Операционная рентабельность продаж у ОК Русал - 12.92%, это выше средней отраслевой (9%) на 4 %. С другой стороны, у ПАО «Газпром» - 17.50% это значительно меньше, чем средней отраслевой (23.8%) практически на 6%.

Рентабельность активов у ОК Русал - 8,44% выше более 2% со сравнением с средней отраслевой и рентабельность активов у ПАО «газпром» - 12.93% тоже выше более 2% со сравнением средней отраслевой. Рентабельности собственного капитала у ОК Русал - 42.99% и у ПАО «Газпром» 19.72%. Для эффективного управления бизнесом рентабельность собственного капитала должна быть на уровне средней доходности по рынку между 20% и 25% для ОК Русала и 10% - 15% для ПАО «газпром» это означает что обе компании рентабельные, но у ОК Русал лучше показатели по сравнению со средней отраслевой чем ПАО «Газпром».

## 2.4 Анализ деловой активности (оборачиваемости) первичного сектора экономики

Деловая активность связана с поведением менеджеров, их предприимчивостью, инициативой, способностью организовать бизнес. Эти показатели, по сути, являются характеристикой эффективности управления предприятием и отражают время, которое тратится для выполнения производственных и коммерческих операций. Оборачиваемость средств исчисляется продолжительностью одного оборота в днях (оборачиваемость оборотных средств в днях) или количеством оборотов за отчетный период (коэффициент оборачиваемости). Время, в течение которого оборотные средства находятся в обороте, т.е. последовательно переходят из одной стадии в другую, составляет период оборота оборотных средств

**Коэффициенты оборачиваемости** характеризуют эффективность использования активов и представляют собой оценку скорости оборота.

$$K_{CA} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Совокупный активы}}$$

**Оборачиваемость оборотных активов** характеризует скорость и время оборота средств, находящихся в обороте на разных стадиях операционного цикла.

$$K_{OA} = \frac{\text{Выручка}}{\text{оборотный активы}}$$

**Оборачиваемость товарно-материальных запасов** определяется следующими формулами

$$K_{об.з} = \frac{\text{Себестоимость}}{\text{товарно – материальны запасы}}$$

**Оборачиваемость дебиторской задолженности** показывает отношение объема продаж в кредит к величине дебиторской задолженности

$$K_{об.ДЗ} = \frac{\text{Выручка}}{\text{дебиторский задолженность}}$$

**Оборачиваемость кредиторской задолженности** определяется следующими формулами

$$K_{об.КЗ} = \frac{\text{Себестоимость}}{\text{кредиторский задолженность}}$$

**Время финансового цикла** определяется следующей формулой:

$$T_{фц\ тп} = T_{обЗтп} + T_{обДЗтп} - T_{обКЗтп}$$

Таблица 4 - Анализ оборачиваемости первичного сектора экономики

Показатели	ОК РУСАЛ		ПАО «Газпром»		ООО «СРТ»	
	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни
Оборачиваемость активов	0.69	530	0.73	495	0.88	416
Оборачиваемость оборотных активов	2.76	133	4.12	89	2.48	147
Оборачиваемость запасов, в т.ч	2.08	176	3.92	94	4.21	87
Оборачиваемость дебиторской задолженности	4.88	75	4.38	84	4.84	76
Оборачиваемость кредиторской задолженности	5.78	64	9.46	39	9.59	39
Время финансового цикла, дни		187		139		124

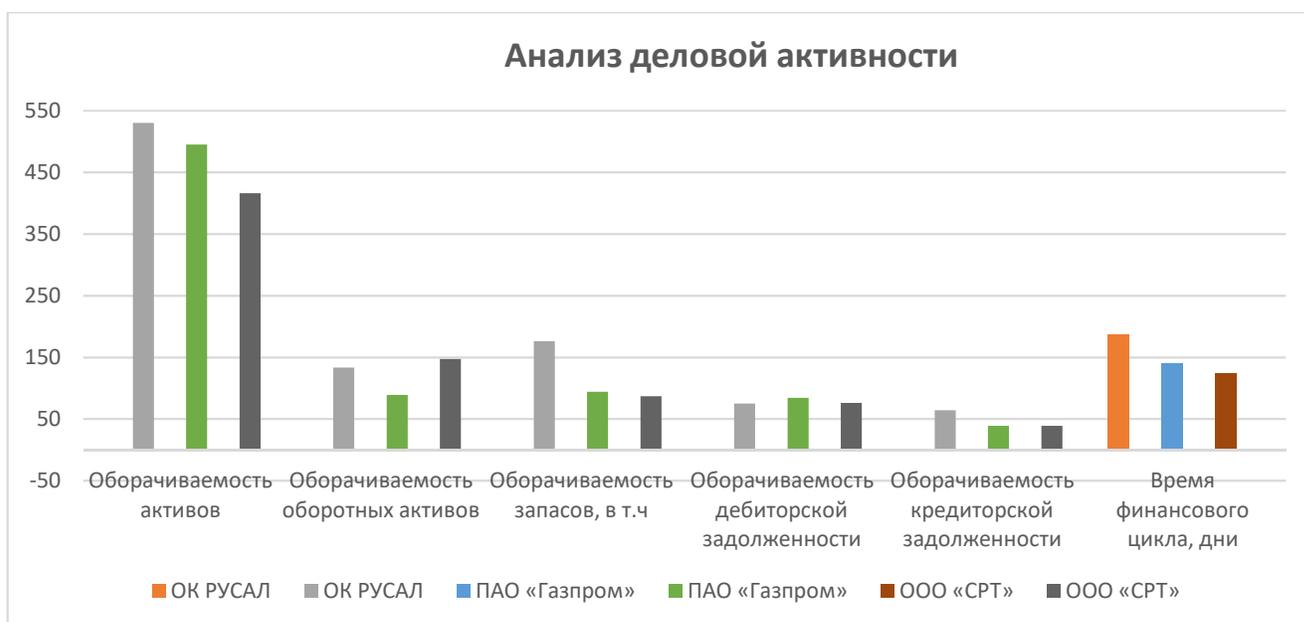


Рисунок 5 - Анализ оборачиваемости первичного сектора экономики.

как видно из таблицы 4 и рисунка 5, бизнес-активность, характеризующая оборотом активов и запасов обеих компаний, относительно высока по сравнению с другими секторами экономики. при сравнении друг с другом можно сказать, что «Газпром» гораздо эффективнее использует свои активы и запасы, чем «ОК РУСАЛ»

## 2.5 Анализ финансовой устойчивости первичного сектора экономики

Финансовая устойчивость характеризует способность предприятия сохранять платежеспособность и обслуживать долги в долгосрочной перспективе.

**Коэффициент автономии** характеризует независимость финансового состояния фирмы от заемных источников средств. Он показывает долю собственных средств в общей сумме источников.

$$K_a = \frac{CK}{CA}$$

**Коэффициент левериджа** является одним из нескольких финансовых показателей, которые учитывают, сколько капитала поступает в виде

задолженности (займов), или оценивает способность компании выполнять свои финансовые обязательства.

$$K_n = \frac{CA}{CK}$$

**Коэффициент долга** определяется отношением обязательств предприятия к совокупным активам.

$$K_d = \frac{KO + ДО}{CA}$$

**Коэффициент покрытия процентов** характеризует превышение прибыли до уплаты процентов и налогов к сумме процентов к уплате (ЕВІТ - Earnings before Interest and Taxes - прибыль до уплаты процентов и налогов).

$$K_{пп} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Проценты к уплате}} = \frac{EBIT}{I}$$

Таблица 5 - Анализ финансовой устойчивости первичного сектора экономики

Показатели	Условное обозначение	Рекомендуемое значение	ОК РУСАЛ	ПАО «Газпром»	ООО «СРТ»
1. Коэффициент автономии (коэффициент независимости), %	$K_a$ (CA)	> 40%	28.17%	53.01%	41.07%
1. Коэффициент левериджа	$K_n$ (CL)	< 2.5	3.55	1.89	2.43
3. Коэффициент покрытия процентов	$K_{пп}$ (ICR)	> 7	1.47	14.55	-0.47
2. Коэффициент долга, %	$K_d$ (DR)	< 60%	254.95%	88.64%	143.44%

Коэффициент покрытия процентов значительно меньше нормы  $1.4 < 7$  у ОК РУСАЛ — это свидетельствует о недостаточной прибыли предприятия для обеспечения существующего уровня кредита с учетом действующей ставки по кредиту. Значительная сумма процентов практически лишает предприятие чистой прибыли и является более обременительным источником финансирования деятельности.

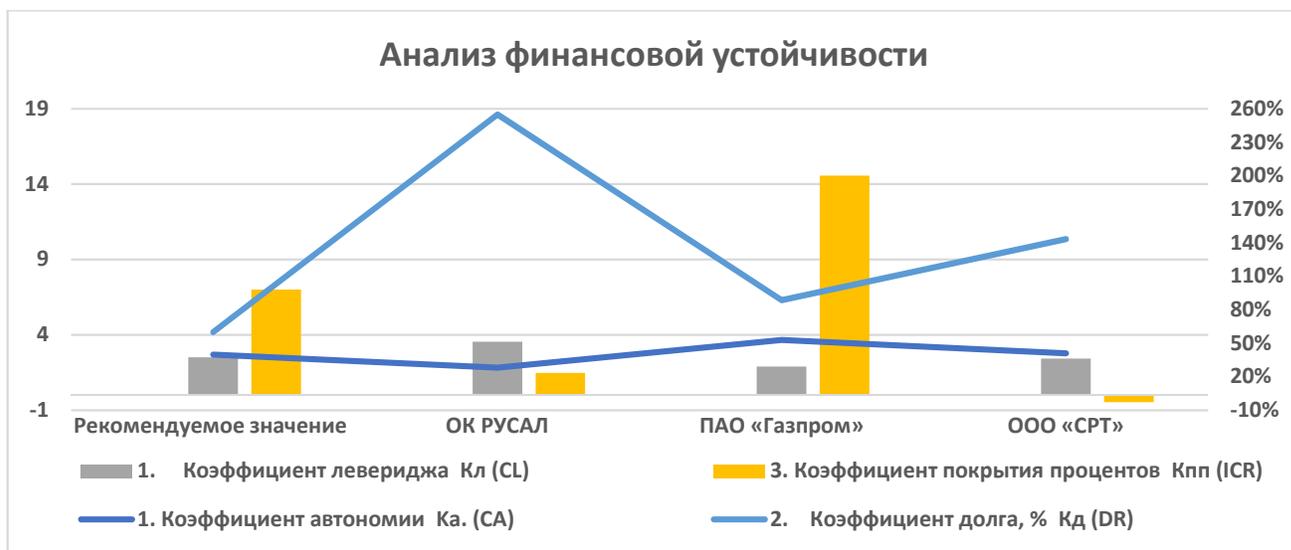


Рисунок 6 - Анализ финансовой устойчивости первичного сектора экономики

Коэффициент автономии у ОК Русал  $28.8\% > 40\%$  и это говорит о не финансовой устойчивости предприятия. Также коэффициента долга у ОК Русал  $256.94\%$  это значительный процент. Можно сделать вывод о том, что семейная компания ОК Русал не является финансово устойчивой, если это будет продолжаться в будущем.

В отличие от ОК Русал, коэффициент покрытия процентов значительно выше нормы  $14.55 < 7$  у ПАО «Газпром», также коэффициент автономии  $53.01\% > 40\%$  и это говорит что это финансовое устойчивое предприятие которое может финансировать свою деятельность за счет собственных средств. В общем ПАО «Газпром» более финансово устойчивая компания даже когда коэффициента долга  $88.64\% < 60\%$  так как это показатель в нефтяной отрасли в среднем больше, чем  $90\%$ .

## 2.6 Анализ платежеспособности (ликвидности) вторичного сектор экономики

Вторичный сектор предполагает преобразование сырья в товар. Это преобразование приводит к тому, что древесина превращается в мебель, в качестве примеров изготавливается сталь, превращаемая в автомобили или текстиль.

Развитие этого сектора можно объяснить спросом на большее количество товаров и продуктов питания, что ведет к индустриализации. Только так можно сделать в основном секторе, прежде чем существует естественный предел того, сколько можно извлечь. Когда экономика переходит во второй сектор, используются новые методы ведения хозяйства, и индустриализация изменила то, как товары могут быть преобразованы, распределены и проданы.

Таблица 6 - Анализ ликвидности, вторичного сектор экономики на примере семейных компаний

Наименование показателя	Обозначение	Семейная компания						нормативное значение
		Nike, Inc.	Christian Dior SE.	China Evergrande Group	Volkswagen	Samsung	Continental AG	
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл (CR)	2.93	1.79	0.92	1.00	2.59	1.09	1.5
Коэффициент быстрой ликвидности	Ксл (QR)	2.01	1.07	0.56	0.75	1.1	0.80	0.8
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал (ALR)	1.34	0.72	0.49	0.24	0.74	0.25	0.25

Как можно проанализировать из приведенных выше коэффициентов, 3 компании имеют больший коэффициент текущей ликвидности, чем норма: Nike 2.93, Christian Dior 1.79 и Samsung 2.59 > 1.5. в сравнении с Continental 1.09, China Evergrande 0.92 и Volkswagen 1.00 которые имеют более низкий коэффициент, чем норма, это означает, что они не так ликвидны, как другие семейные компании, представленные в этом секторе экономики. Важно отметить, что каждая компания имеет разную отрасль, и поэтому они не являются прямыми конкурентами между собой.

Однако коэффициент быстрой ликвидности и коэффициент абсолютной ликвидности в основном находятся в пределах общей нормы во всех семейных компаниях, за исключением China Evergrande, которая является строительной компанией, а ликвидность в их отрасли должна быть не ниже 0.5. В следующем параграфе, после рисунка 7, мы сравниваем семейный и не семейный бизнес в той же отрасли, чтобы уточнить, какой из них является более платежеспособным в финансовом отношении.

Таблица 7 - Анализ платежеспособности вторичного сектор экономики на примере несемейных компаний

Наименование показателя	Обозначение	Несемейная компания						ООО «СРТ»	нормативное значение
		Adidas AG	Walgreens Boots Alliance	Abertis Infraestructuras, S.A.	General Motors Company	Apple Inc.	Daimler AG		
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл (CR)	1.37	1.07	1.19	0.89	1.27	1.23	1.25	1.5
Коэффициент быстрой ликвидности	Ксл (QR)	0.79	0.59	1.19	0.76	0.91	0.77	1.24	0.8
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал (ALR)	0.42	0.23	0.76	0.31	0.73	0.28	0.90	0.25

Как можно видеть в таблице 7, коэффициента текущей ликвидности находится под нормативным значением 1.5 для всех несемейных компаний. Кроме того, значение коэффициента быстрой ликвидности также находится под нормативным значением во всех, кроме двух компаний Abertis и Apple. Однако, принимая во внимание коэффициент абсолютной ликвидности все компании выше, чем 0,2, который является нормативное значение. этот результат означает, что большинство не семейного бизнеса инвестируют в основном в неликвидные активы, но в целом у них достаточно текущих активов для покрытия всех краткосрочных обязательств.

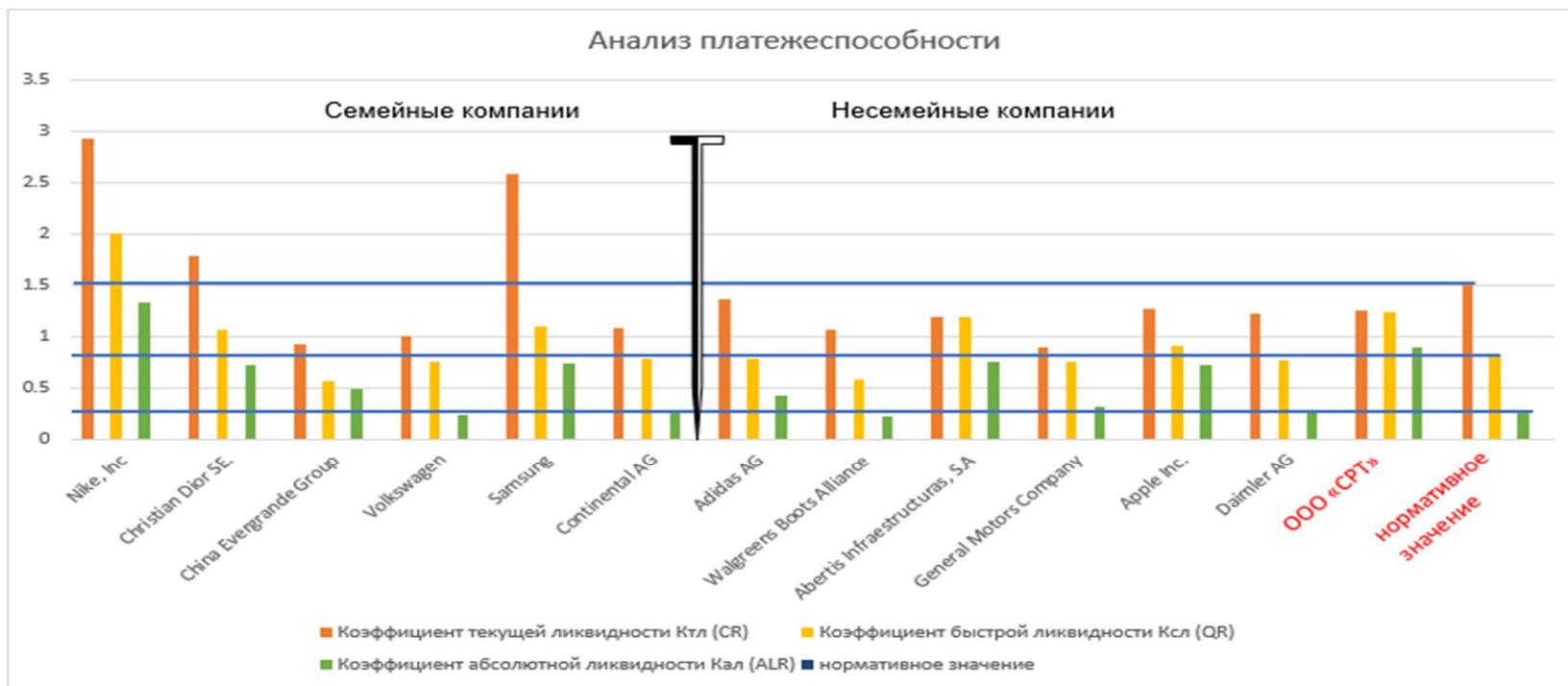


Рисунок 7 - Анализ платежеспособности вторичного сектор экономики.

На картинке можно четко увидеть отношения между разными компаниями во втором секторе экономики, в левой части расположены все семейные компании, а в правом, не семейном бизнесе все представленные компании имеют непосредственного конкурента в той же отрасли, кроме нашей контрольной компании ООО «СРТ». Первое, что можно видеть в том, что семейные компании имеют более высокие значения, чем те несемейных компаний. Более того, они имеют более высокие значения в целом против нормативных минимальных значений. это указывает на то, что семейные компании имеют лучшее управление текущими активами в отношении краткосрочных обязательств, чем несемейные компании в целом.

Кроме того, можно заметить, что у несемейных компаний больше не ликвидных оборотных активов, что обеспечивает им более высокий коэффициент абсолютной ликвидности, чем семейные компании. Однако, важно понимать, что наличие более высокого нормативного значения может быть контрпродуктивным, поскольку это включает в себя не ликвидные активы, которые трудно превратить в денежные средства и их эквиваленты.

## 2.8 Анализ рентабельности вторичного сектора экономики

Таблица 7 – Анализ рентабельности вторичного сектора экономики на примере семейных компаний

Показатели рентабельности	Обозначение	Nike, Inc	Christian Dior SE	China Evergrande Group	Volkswagen	Samsung	Continental AG
Валовая рентабельность продаж, %	<b>R (GMS)</b>	43.65%	65.46%	34.60%	18.44%	40.42%	25.84%
Операционная рентабельность продаж, %	<b>R<sub>пр</sub> (OPS)</b>	12.31%	19.18%	25.12%	5.82%	14.49%	10.42%
Чистая рентабельность продаж %	<b>R<sub>чпр</sub> (NPS)</b>	5.11%	5.13%	7.84%	5.04%	11.10%	6.78%
Рентабельность активов, %	<b>ROA</b>	18.68%	11.51%	4.44%	8.40%	9.29%	12.25%
Чистая рентабельность активов, %	<b>ROA<sub>чпр</sub></b>	7.76%	3.08%	1.38%	7.26%	7.13%	7.97%
Рентабельность собственного капитала, %	<b>ROE</b>	14.54%	17.52%	21.23%	10.68%	9.38%	18.86%

Из приведенной выше таблицы мы можем проанализировать следующее: Samsung, Christian Dior и Nike имеют валовую прибыль от продаж более 40%, что означает, что они возвращают более 0.40 от них валюты страны за каждые 1 единицу, полученные от продаж с учетом себестоимости продукции.

Двумя важными показателями являются ROA и ROE. ROA (рентабельность активов), в то время как нет нормативного значения, она мала (в среднем 7%). ROA

отвечает на вопрос: «Что вы можете сделать с имеющимися у вас активами?» Чем выше ROA, тем лучше управление. Поэтому мы можем видеть и утверждать, что управление активами в семейных компаниях вообще отсутствует.

ROE отвечает на вопрос: «Как компания использует свой капитал? Чем выше процент, тем лучше означает, что компания генерирует больше прибыли от капитала акционеров и, следовательно, более финансово эффективно управляет собственным капиталом

Из нашей таблицы выше мы видим, что ROE из Nike, Christian Dior, China Evergrande и Continental выше 15%, что указывает на то, что они составляют 0,15 местной валюты за каждую 1 единицу в капитале, которые компания имеет. Напротив, Volkswagen и Samsung имеют менее 15%, что указывает на то, что они используют больше кредитов для финансирования своей деятельности.

Таблица 8 - Анализ рентабельности вторичного сектора экономики на примере несемейных компаний

<b>Показатели рентабельности</b>	<b>Adidas AG</b>	<b>Walgreens Boots Alliance</b>	<b>Abertis Infraestructuras, S.A</b>	<b>General Motors Company</b>	<b>Apple Inc.</b>	<b>Daimler AG</b>	<b>ООО «СРТ»</b>
Валовая рентабельность продаж, %	50.45%	24.67%	88.34%	21.10%	38.30%	20.89%	12.61%
Операционная рентабельность продаж, %	9.72%	4.59%	35.29%	6.88%	26.70%	7.9%	3.34%
Чистая рентабельность продаж %	5.17%	3.45%	15.38%	-2.65%	21.55%	6.40%	-0.59
Рентабельность активов, %	14.21%	8.21%	6.90%	4.71%	17.60%	5.08%	2.93%
Чистая рентабельность активов, %	12.69%	6.18%	3.01%	-0.02%	14.21%	4.12%	-0.52%
Рентабельность собственного капитала, %	17.01%	14.85%	35.47%	-11.09%	39.78%	16.44%	-1.06%

Из приведенной выше таблицы мы можем проанализировать следующее: все несемейных компании имеют валовую прибыль от продаж более 20%, что означает, что они возвращают более 0.20 от них валюты страны за каждые 1 единицу, полученные от продаж с учетом себестоимости продукции.

ROA (рентабельность активов во втором секторе экономики сильно варьируется в зависимости от отрасли, и ее следует дополнительно изучить в другом исследовании.. Чем выше ROA, тем лучше управление. мы можем проанализировать из результатов, что Adidas и Apple используют свои активы лучше, чем другие компании. с другой стороны, другие компании должны лучше использовать свои активы

ROE всех несетевых компаний очень здорово, за исключением Volkswagen, что составляет -11,09%. Это указывает на то, что большинство компаний, не являющихся членами семьи, пытаются использовать и управлять своими способностями собственнй капитал компании.

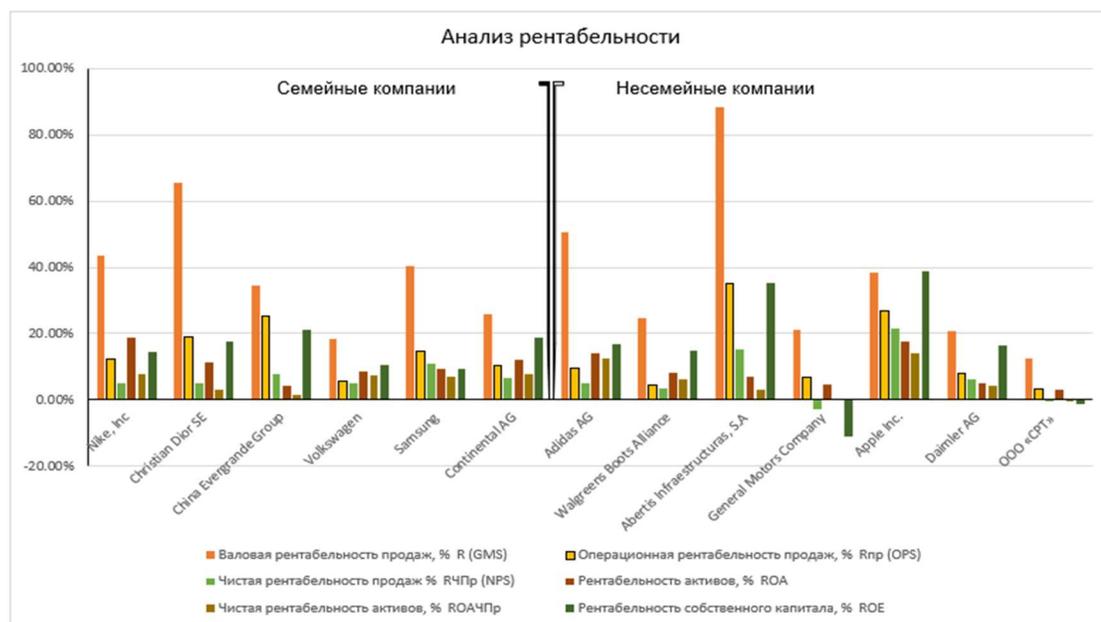


Рисунок 8 - Анализ рентабельности вторичного сектора экономики.

На приведенном выше рисунке показаны все семейные и не семейные компании, и их соответствующие конкуренты в той же отрасли.

Мы можем сделать следующие выводы: в обувной промышленности, Nike и adidas не так отличаются друг от друга по показателям рентабельности. Christian Dior и Walgreen отличаются в ROA, что означает, что не семейная компания walgreen управляет своими активами лучше, чем семейная компания Christian dior, но Christian Dior лучше в ROE на 3% по сравнению с walgreens, а это означает, что семейная компания лучше использует свой капитал, в парфюмерной, косметической и медицинской промышленности.

China evergrande и albetis показывают очень хорошие показатели рентабельности, но инфраструктура компании albertis, не относящаяся к семейным компаниям, имеет в целом намного лучшие показатели, чем China Evergrande.

Volkswagen и General Motors имеют в целом самые низкие показатели рентабельности среди всех изученных компаний. Это может быть связано с тем, что индустрия автомобилестроения очень интенсивна по сравнению с другими отраслями. Тем не менее, Volkswagen имеет в целом гораздо лучшие показатели рентабельности, чем не-семейная компания General Motors, которая имеет ROE в отрицательном значении.

Samsung и Apple, в индустрии высоких технологий, они оба показывают лучшие показатели рентабельности во втором секторе экономики, но несемейная компания Apple, имеет намного лучшие показатели, которые означают, что они имеют гораздо больше прибыли, чем их семьи контрагенте.

В отрасли автомобильных деталей Continental и Daimler находятся между вторым сектором экономики, хотя континентальные имеют более стабильные и стабильные показатели

## **2.9 Анализ деловой активности вторичного сектора экономики**

Существует три основных вида деятельности: операционная, инвестиционная и финансовая. Денежные потоки используются в форме отчета о движении денежных средств. Отчет о движении денежных средств должен быть согласован с

чистым потоком денежных средств. Каждая позиция в отчете о прибылях и убытках. Неденежные статьи, вычитаемые из чистой прибыли, добавляются обратно в чистую прибыль, а неденежные статьи, добавленные к чистой прибыли, вычитаются из денежных потоков. Конечным результатом является отчет, который дает инвестору сводку как денежных, так и неденежных бизнес-операций внутри компании.

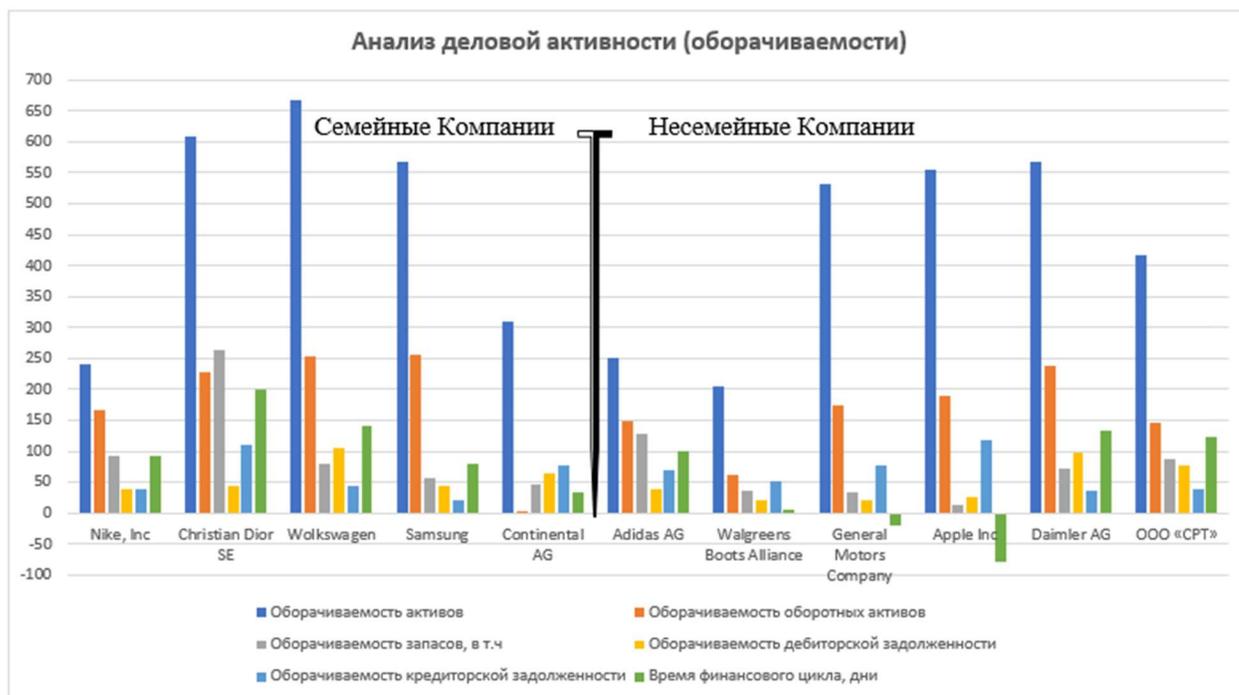


Рисунок 9 - Анализ деловой активности вторичного сектора экономики.

как видно из представленной выше рисунка, во втором секторе экономики мы можем сделать следующие выводы:

У семейных и не семейных компаний в той же отрасли есть очень похожие показатели оборота. Однако, с более пристального взгляда, времена оборота активов, запасов и оборотных активов намного лучше в не семейных компаниях.

В дополнение к этому, время финансового цикла почти не существует в не семейных компаниях, что означает, что они контролируют свои запасы, дебиторскую задолженность и выплату задолженностей намного лучше, чем семейный бизнес во всех отраслях промышленности во втором секторе экономики.

## 2.10 Анализ финансовой устойчивости вторичного сектора экономики

Просто потому, что какой-то бизнес зарабатывает деньги это не значит, что он устойчив. Устойчивость это способность противостоять временной проблеме, такой как снижение продаж, нехватка капитала или потеря ключевого сотрудника или клиента. Также помогает определить, откуда берутся деньги, которые вкладываются в бизнес, и как зависит бизнес от этих источников.

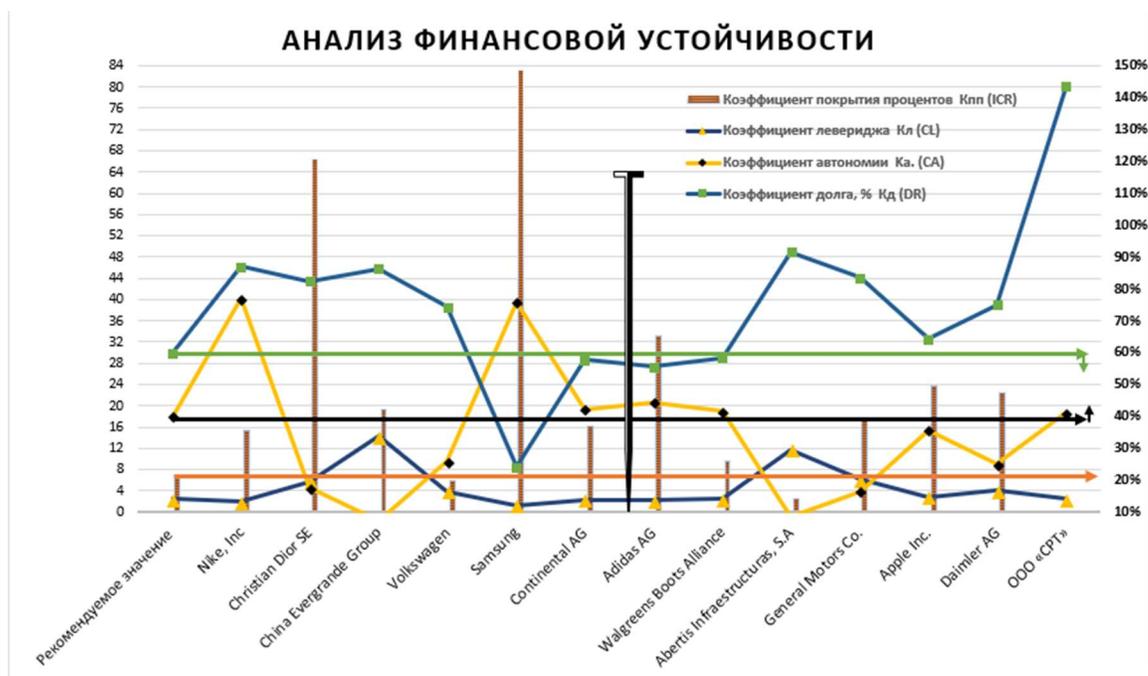


Рисунок 10 - Анализ финансовой устойчивости вторичного сектора экономики.

На приведенном выше рисунке мы можем видеть все проанализированные компании во втором секторе экономики в семейном бизнесе. Nike имеет более высокий коэффициент автономии, коэффициент покрытия процентов, чем нормативные значения, но не имеет активов для покрытия всех своих финансовых обязательств. В отличие от Adidas имеет гораздо лучшие нормативные значения, чем Nike, включая коэффициент долга, который значительно превышает норму, и указывает, что Adidas более финансово устойчив, чем Nike.

Christian Dior имеет одно из лучших коэффициентов покрытия процентов среди всех компаний, к сожалению, у них коэффициент автономии и коэффициент

долга значительно меньше норма, в сравнении Walgreens также имеет высокий коэффициент покрытия процентов, коэффициента долга и коэффициент автономии значимо лучше нормативных значений.

Volkswagen - единственная анализируемая семейная компания, которая не имеет достаточного операционного дохода для покрытия своих обязательств по процентам, в сравнении с General двигатели имеют достаточный операционный доход для покрытия всех интересов. обе компании имеют более низкие, чем normative значений коэффициента долга и коэффициента автономии.

Samsung является единственной компанией во втором секторе экономики, которая более чем в 3 раза превышает весь представленный коэффициент финансово устойчивости. В сравнении коэффициент автономии и долгового коэффициента Apple ниже нормативных значений, что означает, что они используют кредиты для покрытия своих операций.

## 2.11 Анализ платежеспособности третичного сектора экономики

Третичная отрасль — это сегмент экономики, предоставляющий услуги своим потребителям, включая широкий круг предприятий, таких как финансовые учреждения, школы и рестораны. Он также известен как третичный сектор или отрасль / сектор услуг. Третичная промышленность является одним из трех видов промышленности в развитой экономике, две другие являются основными, или сырьевыми, и вторичными, или производственными предприятиями. По мере того, как экономика становится более развитой, она переключается с первичной на вторичную и третичную отрасли.

Таблица 8 - Анализ платежеспособности третичного сектора экономики

		семейная компания	Несемейная компания	Норма
--	--	-------------------	---------------------	-------

Наименование показателя	Обозначение	Berkshire Hathaway	Walmart Inc.	Магнит	Сбербанк	Carrefour	Costco	
Коэффициент текущей ликвидности	Ктл (CR)	2.01	0.86	1.20	1.15	0.81	0.98	1.5
Коэффициент быстрой ликвидности	Ксл (QR)	0.98	0.21	0.17	0.78	0.18	0.41	0.8
Коэффициент абсолютной ликвидности	Кал (ALR)	0.66	0.13	0.15	0.13	0.16	0.33	0.25

Проанализировав приведенную выше таблицу, мы можем сделать следующие выводы в третичном секторе экономики. Первые семейные компании в целом имеют значительно лучшие коэффициенты ликвидности, чем те, которые относятся к не семейному бизнесу, за исключением Магнита. Во-вторых, почти все компании в третичном секторе экономики ниже рекомендованных нормативных значений, за исключением Инвестиционного банка Berkshire Hathaway которые обыгрывают каждую нормативную ценность почти в 1.5 раза можно это увидеть лучше на рисунке 11.

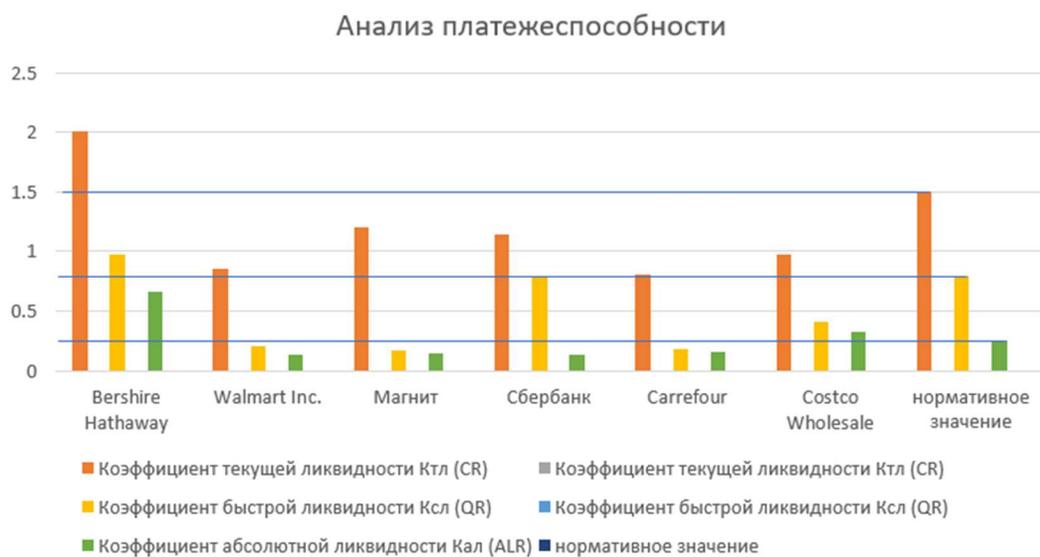


Рисунок 11- Анализ платежеспособности третичного сектора экономики

Как можно видеть в рисунке 11, как и в других секторах экономики, независимо от отрасли, семейные компании являются более финансово платежеспособными, чем не семейные компании.

## 2.12 Анализ рентабельности третичного сектора экономики

В анализе рентабельности мы сравниваем семью с несемейным бизнесом, чтобы понять и проанализировать полученные результаты (приложение) показанные ниже, в рисунке 12 для более простого сравнения.

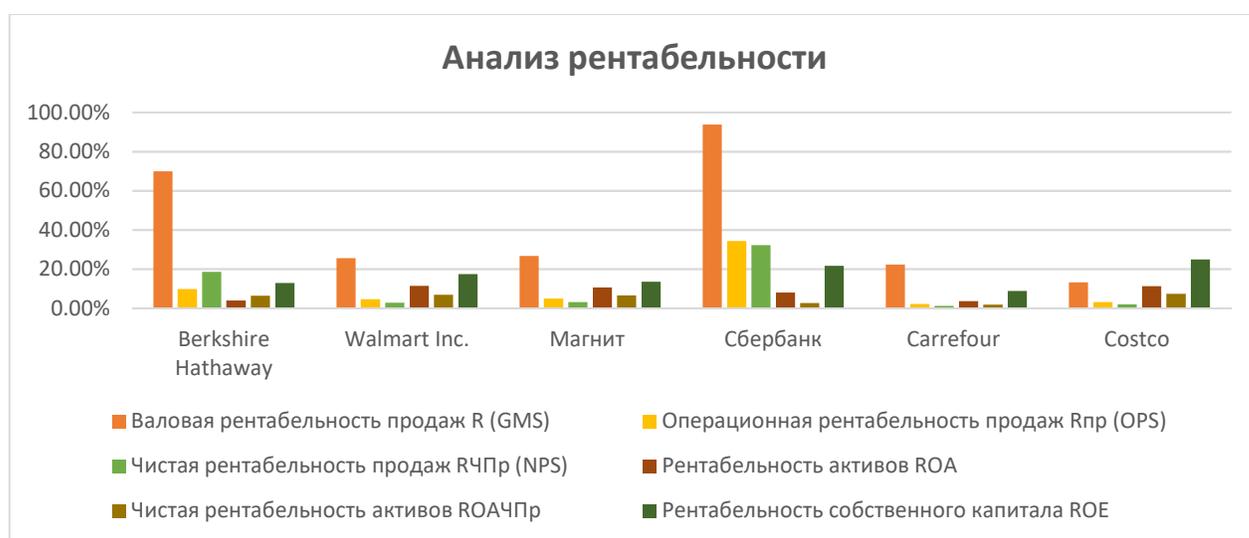


Рисунок 12 - Анализ рентабельности третичного сектора экономики.

Основанный на анализе рентабельности, можно сказать, что финансовый сектор, представленный Berkshire Hathaway и Сбербанком, в два раза выгоднее, чем отрасли услуг. также Сбербак гораздо выгоднее инвестиционного банка Berkshire Hethaway.

## 2.13 Анализ деловой активности третичного сектора экономики

Времена оборота в третичном секторе экономики, в то время как нет нормального значения или медианного уровня, намного ниже, чем среднего и первичного секторов, что можно заметить на рисунке ниже. Кроме того, очевидно,

что у банков нет запасов, поскольку их основным продуктом являются финансовые активы, поэтому Berkshire Hathaway и Сбербанк не имеют собственных запасов.

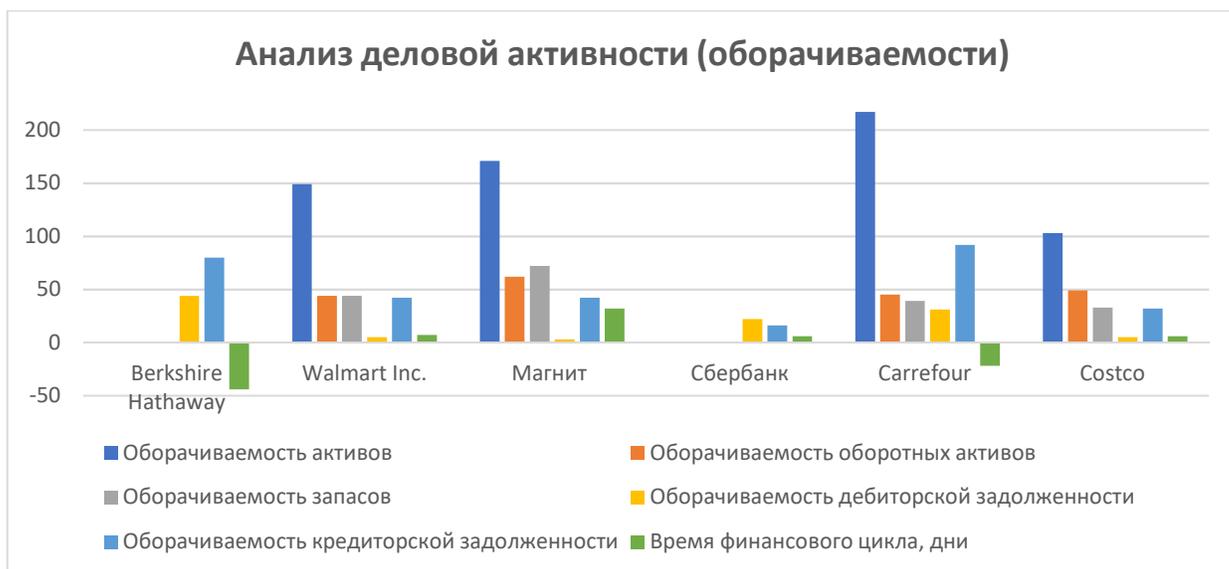


Рисунок 13- Анализ деловой активности третичного сектора экономики

Из приведенной выше рисунка 13, мы можем сделать два вывода: во-первых, почти все компании имеют очень низкий финансовый цикл, это очень хорошо, поскольку это означает, что им не нужно ждать, чтобы получить прибыль, чтобы финансировать свою деятельность. Во-вторых, все компании, за исключением Carrefour, перераспределяют оборот своих активов каждые полгода или меньше.

#### 2.14 Анализ финансовой устойчивости третичного сектора экономики

Таблица 9 - Анализ финансовой устойчивости третичного сектора экономики

Показатели	Рекомендуемое значение	Berkshire Hathaway	Walmart Inc	Магнит	Сбербанк	Carrefour	Costco Wholesale
Коэффициент автономии	>40%	49.61%	39.13%	49.27%	12.66%	21%	29.65%
Коэффициент левериджа	<2.5	2.02	2.56	2.03	7.90	4.75	3.37
Коэффициент покрытия процентов	>7	31.41	9.62	4.06	1.50	4.75	31.34

Как видно из рисунка ниже, почти все семейные предприятия достаточно автономны, к сожалению, только финансовый банк berkshire hathaway имеет

достаточный оперативный доход для того, чтобы существенно закрыть интерес, который им нужно заплатить. с другой стороны, ни одно предприятие, не являющееся семейным предприятием, имеет достаточный анализ для закрытия всех обязательств и продолжения операций, наибольшая ценность в этой группе является опционом costco на уровне 29,65%.

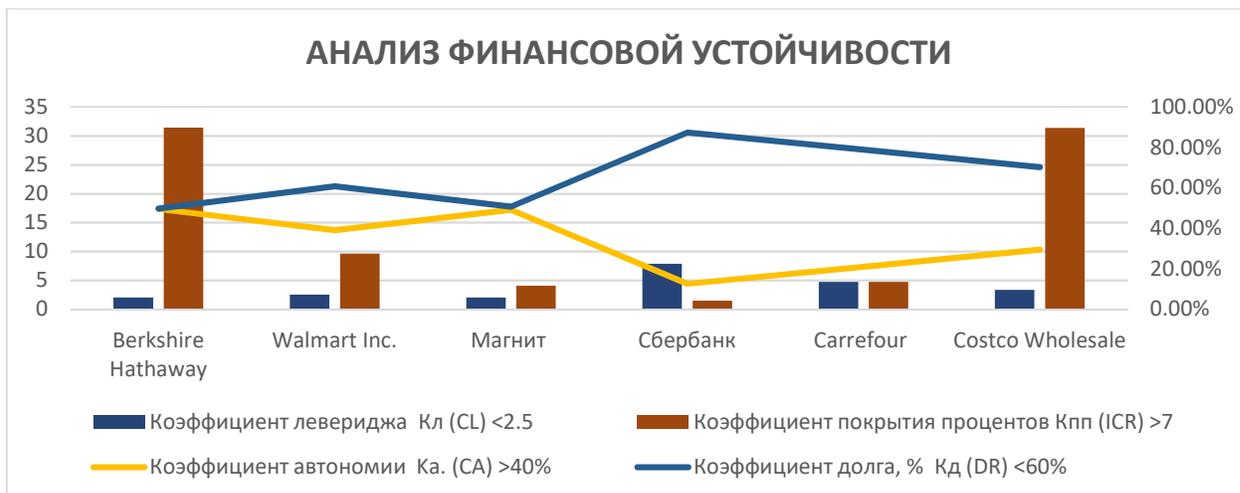


Рисунок 14- Анализ деловой активности третичного сектора экономики

Даже несмотря на то, что семейные компании являются наиболее автономными, оба типа предприятий имеют очень низкий операционный доход для выплаты процентов по своим обязательствам, за исключением Berkshire hathaway и costco wholesale с 31.41 и 31.34 соответственно.

После анализа всех видов отраслей для семейного и не семейного бизнеса мы можем сделать следующие выводы: семейный бизнес намного более стабилен и имеет лучшую платежеспособность, чем не семейным компаниям. тем не менее, несемейный бизнес в целом имеет лучшие времена оборота, а это означает, что они больше обеспокоены текущим периодом, чем стабильными в длительные периоды времени.

### **3 РЕКОМЕНДАЦИИ, ОСНОВАННЫЕ НА МЕТААНАЛИЗЕ ИЗУЧЕННЫХ КОМПАНИЙ.**

### 3.1 Оценка бизнеса на основе показателя FIMIVIST-5

Компания должна иметь возможность исследовать и вносить изменения, основанные на внутренних и внешних факторах окружающей среды, которые влияют на ее эффективность. Использование инструментов для анализа этих факторов окружающей среды является ключом к успешной организации.

#### *Внутренняя и внешняя среда*

Если есть что-то твердое и неизменное, это само изменение. Изменения неизбежны, и организации, которые не принимают изменений и которые вносят коррективы в свою бизнес-модель, чтобы идти в ногу с изменениями, обречены на провал. Существуют события или ситуации, которые влияют на то, как работает бизнес, положительным или отрицательным образом.

Существует два типа факторов окружающей среды: внутренние факторы окружающей среды и внешние факторы окружающей среды.

Некоторые примеры внутренних факторов окружающей среды:

- А)Изменения в управлении
- Б)Моральный дух сотрудников
- В)Изменения в культуре
- Г)Финансовые изменения и / или проблемы

Некоторые примеры внешних факторов окружающей среды:

- А)Изменения в экономике
- Б)Угрозы конкуренции
- В) Политические факторы
- Г)Правительственные положения

Чтобы понять и оценить эти факторы, мы создали инструмент под названием FIMIVIST-5, которые помогают оценить, насколько далеко компания от идеала и имеет ли она долгосрочную перспективу. FIMIVIST-5 включает в себя следующие анализы и инструменты компании.

### ***1) SWOT-анализ***

SWOT - это инструмент структурированного планирования, который можно использовать для оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, связанных с управлением бизнес-предприятием. Использование SWOT-анализа может использоваться, чтобы помочь бизнесу определить преимущества или недостатки изменений, которые они хотят сделать на основе внутренних и внешних факторов.

### ***2) Анализ PESTLE***

Анализ PESTLE, который иногда упоминается как анализ PEST, является концепцией принципов маркетинга. Кроме того, эта концепция используется в качестве инструмента для компаний для отслеживания среды, в которой они работают, или планирует запустить новый проект / продукт / услугу и т. д.

Все аспекты этой техники имеют решающее значение для любой отрасли, в которой может быть бизнес. Помимо понимания рынка, эта структура представляет собой одну из позвонков основы стратегического управления, которая не только определяет, что компания должна делать, но и счета для целей организации и стратегий, связанных с ними.

### ***3) Анализ 5 сил портера***

Пять Сил определяют конкурентную структуру отрасли и ее прибыльность. Отраслевая структура наряду с относительным положением компании в отрасли является двумя основными факторами прибыльности компании

Отраслевая структура меняется со временем и не является статичной. Со временем покупатели или поставщики могут стать более или менее мощными. Технологические или управленческие инновации могут сделать новую запись или замену более, или менее вероятной. Изменения в регулировании могут изменить интенсивность соперничества или повлиять на барьеры для входа. Выбор конкурентов, таких как новые методы ценообразования или распределения, также может повлиять на путь конкуренции в отрасли.

#### **4) Миссия компании**

Миссия компании - это, по сути, ее заявленная цель. Она служит руководством для всех решений компании. Акционеры, лидеры и сотрудники обычно являются целью миссии. Это должно помочь работникам внутри организации узнать, какие решения и задачи лучше всего соответствуют миссии компании. В заявлении миссии содержится представление о том, что руководители компаний считают основной целью бизнеса.

#### **5) Видение Компании**

Заявление о видении принимает миссию и добавляет элемент человеческих ценностей. Оно должно вдохновлять сотрудников и давать им чувство цели. Кроме того, заявления о видении должны предлагать больше направления и включать перспективу корпоративных ценностей. Видение может служить руководством для компании в течение следующих пяти-десяти лет, а также отметить приверженность целостности, прозрачности, открытости и другим таким ценностям.

#### **6) Финансовый анализ**

**Финансовый анализ** — это процесс оценки бизнеса, проектов, бюджетов и других связанных с финансами организаций для определения их эффективности и пригодности. Как правило, финансовый анализ используется для анализа того, является ли компания стабильной, платежеспособной, ликвидной или прибыльной, чтобы гарантировать денежные вложения. Рассматривая конкретную компанию, финансовый аналитик проводит анализ, фокусируясь на отчете о прибылях и убытках, балансе и отчете о движении денежных средств.

Каждому представленному инструменту дано значение от 0 до 5, 5 - идеальное. Некоторый анализ представлен в приложении к этой работе. Также вопрос оценки также представлен в приложении к настоящему документу с помощью метода и вопросов для оценки каждого анализа

Таблица 10 – Оценка FIMIVIST-5

	FI	MI	VI	ST	-5	Итого
--	----	----	----	----	----	-------

Ок Русал	3	4	3	3	4	17
Nike, Inc	4	5	2	3	4	18
Christian D	4	4	3	5	5	20
Evergrande	2	5	4	4	4	19
Volkswagen	2	4	3	4	4	18
Samsung	4	4	5	5	5	23
Continental	4	3	5	4	3	20
Berkshire	4	3	3	5	4	22
Газпром	3	4	4	4	2	17
Adidas AG	4	3	4	4	4	19
Walgreens	4	4	4	3	4	19
Abertis	3	4	3	3	3	16
GM	4	4	4	4	4	20
APPLE	4	3	4	5	5	21
Daimler	4	4	3	4	4	19
Сбербанк	3	4	4	4	3	18
Carrefour	3	4	4	4	4	19
Магнит	4	4	3	4	4	19

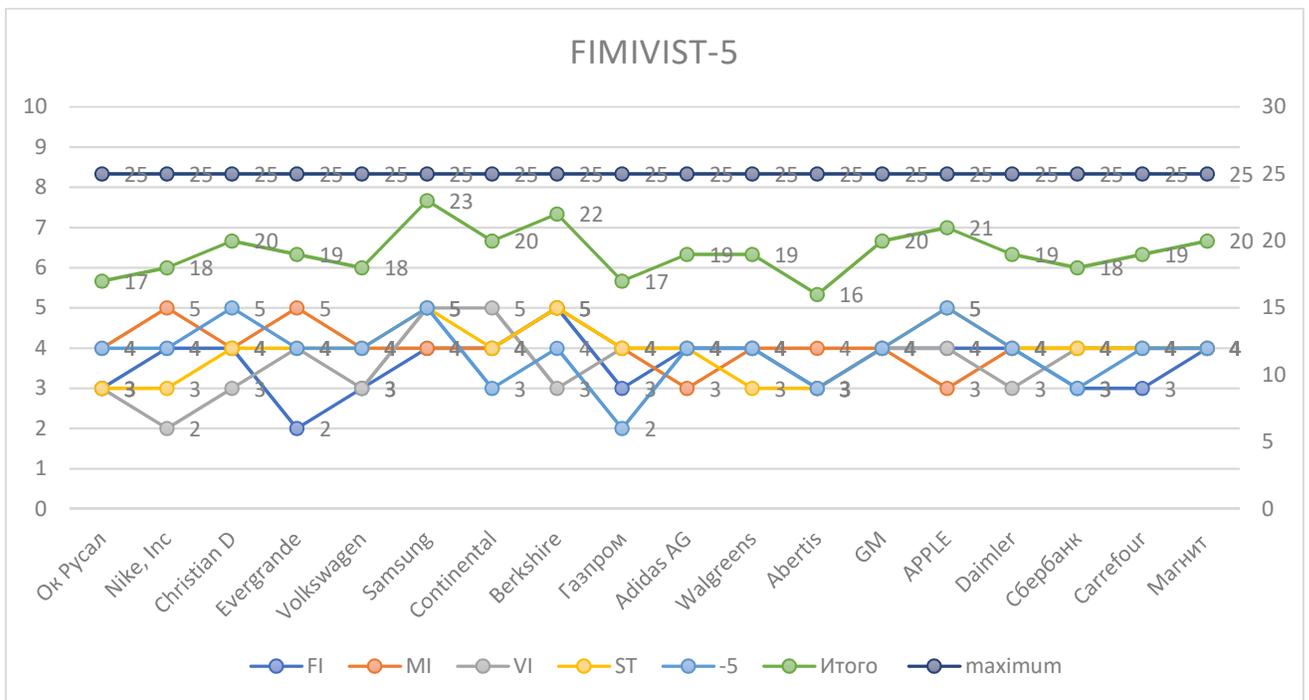


Рисунок 15- Оценка FIMIVSIT – 5

Как показано на рисунке 15, мы рекомендуем компаниям анализировать в этой работе, чтобы уделять пристальное внимание их индивидуальным подсчетам, чтобы впоследствии улучшить их конечный результат и, следовательно, производительность компании.

Наши рекомендации по улучшению их оценки, следующие:

- А. Стимулирование каналов сбыта и увеличение объемов выручки
- Б. Реклама
- В. Сокращение расходов за период
- Г. Оптимизация производства
- Д. Уменьшение себестоимости реализованной продукции
- Е. Уменьшение личного персонала
- Ж. Нахождение резервов увеличения доходов предприятия и способов их

привлечения

З. Эффективное использование финансов, определение самых рациональных направлений развития компании, которые обеспечат в планируемом периоде наивысшую прибыль

И. Согласование финансовых ресурсов с показателями производственного плана предприятия

К. Обеспечение наилучшего финансового сотрудничества с банками, бюджетом и др.

Л. Работа в заявлении о видении, которое является реалистичным, достижимым в течение 10 лет и вдохновляет на работу, а также орган управления компании

М. Работа над заявлением о миссии, поэтому она включает в себя технологию, которая используется, для производства или предоставления услуг, а также включает в себя преимущества, которые в настоящее время имеют у конкурентов в отношении конкурентов в той же отрасли

Н. Убеждение в том что существуют меры предосторожности, чтобы избежать угрозы, которая может повлиять на эффективность бизнеса и прибыль

О. Увеличение продуктов, сервисных акций компании и расширение до других макетов, чтобы иметь специфические для страны, социально-культурные и правительственные факторы, которые могут повлиять на бизнес.

П. Для семейных компаний, сократить время оборота запасов и финансовый цикл

Р. Для компаний, не являющихся членами семьи, учиться у семейных предприятий и следить за тем, чтобы их платежеспособность была в пределах обычных параметров, так как их рентабельность.

### 3.2 Рекомендация для внешних инвесторов

Линия рынка капитала (CML) появляется в модели ценообразования на основные средства, чтобы отобразить нормы прибыли для эффективных портфелей, подверженных уровню риска (стандартное отклонение) для рыночного портфеля и безрисковой нормы прибыли.

Линия рынка капитала создается путем наброса тангенциальной линии от точки перехвата на эффективной границе до места, где ожидаемая отдача от холдинга равна безрисковой норме прибыли. Тем не менее, CML лучше, чем эффективный рубеж, поскольку он рассматривает вливание безрискового актива в рыночный портфель.

Мы добавляем предположение, что у нас есть портфель акций с компаниями, которые были представлены через эту работу. вне инвестора, а также владельцев бизнеса, с целью повышения больше капитала, хотел бы знать, как их акция тафируется в отношении других компаний в целом, так как стоимость акций является прямой спекуляцией здоровья компании.

Таблица 11 – Производительность акций и ежегодный доход в процентах

Компания / год	2011 (%)	2012 (%)	2013 (%)	2014 (%)	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)	Итоги общий доход (%)
Ок Русал	-58.71	-0.41	-53.06	126.96	-52.15	43.78	71.77	78.18
Nike, Inc	14.33	8.64	54.09	23.54	31.21	-17.62	24.51	138.7
Christian D	-13.94	36.26	11.21	-3.69	0.56	21.41	76.87	128.68
Evergrande	5.66	8.65	11.16	28.89	145.64	-11.36	375.68	564.32
Volkswagen	2.78	90.94	12.40	-10.53	-32.67	-3.57	44.49	103.84
Samsung	27.24	62.57	2.85	-18.67	-5.18	24.25	84.49	177.55

Continental	15.98	76.66	95.35	2.60	15.86	-18.26	38.31	226.5
Berkshire	-4.73	16.82	32.70	27.04	-12.48	23.42	21.91	104.68
Газпром	-14.41	-4.64	-8.16	-43.78	-14.01	45.35	-7.78	-47.43
Adidas AG	12.19	38.76	46.48	-44.24	44.40	62.33	27.48	187.4
Walgreens	-13.09	14.97	58.39	34.93	13.58	-1.09	-10.38	97.31
Abertis	-0.04	12.04	39.09	3.62	-23.76	-4.03	67.66	94.58
GM	-45.01	42.23	41.76	-11.65	1.38	6.91	22.01	57.63
APPLE	25.56	32.71	7.64	40.03	-2.80	12.15	48.24	163.53
Daimler	-31.14	31.88	63.38	-1.64	4.75	-6.93	18.75	79.05
Сбербанк			12.25	-34.59	0.39	1.45	58.13	37.63
Carrefour	-41.70	12.79	56.31	-20.44	-1.44	-14.82	-6.96	-16.26

Если инвестор инвестирует свои деньги только в семейные компании, как указано выше, у него будет больше прибыль (1522%) от первоначальной суммы, кроме компаний, не семейных компании 653%, в течение 7 лет. Что дает абсолютный смысл, поскольку семейные компании, как объяснялось ранне, выглядят долгосрочно и их рост стабильнее, чем в не семейных компаниях, и наоборот, в несемейных компаниях иногда лучше в порыве времени или в конкретных условиях на основе макро- и микроэкономических факторов, влияющих на производительность.

Для того, чтобы построить наилучший возможный портфолио со всеми представленными Акциями, мы должны максимизировать портфель, используя эффективную границу, которая предоставит нам оптимальный портфолио, в котором предоставляет удельный вес каждой акции.

Ковариация между доходами от акций является важным фактором в оптимизации портфеля, поскольку стоимость диверсификации исходит из активов, которые не совсем коррелированы; чем больше ковариация, тем эффективнее мы можем диверсифицироваться, чтобы уменьшить изменчивость портфеля.

Ковариация между доходами по активам А и В определяется как:

$$(1) \quad \sigma_{XY} = \sum_{i=1}^N (X_i - E(X))(Y_i - E(Y)) P(X_i Y_i)$$

Где  $X_i$  —  $i$ -е значение дискретной случайной величины  $X$ ,  $P(X_i)$  — вероятность  $i$ -го значения дискретной случайной величины  $X$ ,  $Y_i$  —  $i$ -е значение дискретной случайной величины  $Y$ ,  $P(Y_i)$  — вероятность  $i$ -го значения дискретной случайной величины  $Y$ ,  $P(X_i Y_i)$  — вероятность  $i$ -го значения дискретной случайной величины  $X$  и  $i$ -го значения дискретной случайной величины  $Y$ ,  $i = 1, 2, \dots, N$

Таблица 12 – Индикаторы фондового портфеля

инвестиции	ожидаемый доход портфеля	стандартное отклонение портфеля	Ожидаемое соотношение остроты
100%	22.58%	7.51%	2.16

Таблица 13 – Оптимальный портфель

Наименование акции	Nike, Inc NKE	Adidas AG ADDDF	Walgreens WBA	APPLE AAPL
вес акции	13.36%	23.97%	11.84%	50.83%

Согласно нашим расчетам, лучший портфель для будущего времени будет таким, как показано выше: 13% adidas 24% walgreens 11,84% и Apple 51%

Потому что линия рынка капитала показывает оптимальный портфель на будущей границе в течение 1 года, так как раньше доля, принадлежащая не семейным компаниям, обеспечивает лучший доход в периоды менее 1 года. Поэтому мы рекомендуем инвесторам долгое время вкладывать капитал в семейные компании, когда объем инвестиций составляет более 1 года, а в несемейных - по необходимости и по экономическим индивидуальным макроэкономическим показателям, когда он меньше 1 года

### ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>
3А4А	Митчел Кастро Ян Вылльямс

<b>Институт</b>	Социально-гуманитарных технологий	<b>Кафедра</b>	Менеджмента
<b>Уровень образования</b>	Бакалавриат	<b>Направление/специальность</b>	38.03.02 Менеджмент

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения)</li> <li>- опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы)</li> </ul>	<p>Нарушений при анализе рабочего места с точки зрения корпоративной социальной ответственности не выявлено.</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>сертификат соответствия требованиям международного стандарта ISO 9001:2008 в области сертификации по оказанию услуг. - сертификат соответствия требованиям ГОСТ ISO 9001-2011 (9001:2008);</p>
<p><b>Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке</b></p>	
<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности;</li> <li>- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>- системы социальных гарантий организации;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<p>Проанализирована внутренняя среда сети супермаркетов, принципов корпоративной культуры, внутренней корпоративной социальной ответственности, программы повышения лояльности работников.</p>
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды;</li> <li>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> <li>- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров);</li> <li>- готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.</li> </ul>	<p>Проанализированы факторы внешней среды, выделены стейкхолдеры, описана сфера социального влияния сети супермаркетов, описаны механизмы взаимодействия с местным сообществом. Предложены программы повышения эффективности внешней социальной ответственности.</p>
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ правовых норм трудового законодательства;</li> </ul>	<p>- соответствие нормам трудового законодательства</p>

<p>- анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов;</p> <p>- анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.</p>	
<p><b>Перечень графического материала:</b></p>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	<p>Таблица 14– Определение целей КСО на предприятии  Таблица 15 – Определение стейкхолдеров программ КСО  Таблица 16– Определение ожидаемых результатов  Таблица 17– Затраты на мероприятия КСО по социальной политике  Таблица 18– Затраты на мероприятия КСО в рамках благотворительности  Таблица 19– Затраты на мероприятия КСО по спорту  Таблица 20– Оценка эффективности мероприятий КСО</p>
<p><b>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</b></p>	

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталия Владимировна	кандидат филос. наук.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3А4А	Митчел Кастро Ян Вылльямс		

## **4 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

### **4.1 значение корпоративной социальной ответственности**

Корпоративная социальная ответственность - международная бизнес-практика, которая прочно утвердилась в корпоративном управлении в конце 20-го века. В настоящее время внедрение мер КСО становится неотъемлемой частью успешной компании.

Корпоративная социальная ответственность:

1) набор политик и действий, связанных с основными заинтересованными сторонами, ценностями и соблюдением требований законности, а также с учетом интересов людей, сообществ и окружающей среды;

2) Ориентация на бизнес на устойчивое развитие;

3) Добровольное участие бизнеса в улучшении жизни общества. Другими словами, социальная ответственность бизнеса - это концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и качества продукции или услуг, добровольно берет на себя обязательства перед обществом.

Любой анализ рынка корпоративной социальной ответственности предполагает изучение уровней КСО. Согласно позиции А. Кэрролла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, она может присутствовать в форме пирамиды.

Экономическая ответственность внизу пирамиды напрямую определяет компании на рынке как производителя товаров и услуг для удовлетворения потребностей

потребителей и, соответственно, прибыли.

Юридическая ответственность подразумевает необходимость законопослушного бизнеса в рыночной экономике, сопоставляя его с ожиданиями общества, закрепленными в правовых нормах.

Этическая ответственность, в свою очередь, требует деловой практики, созвучной с ожиданиями общества, не предусмотренной правовыми нормами, но основанной на разных нормах морали. Филантропическая ответственность побуждает компанию действовать, направленную на поддержание и развитие благосостояния общества посредством добровольного участия в реализации социальных программ.

#### **4.2 Разработка программ КСО для предприятия (на примере магнит)**

На сегодняшний день объект моих исследований, ООО «Магнит», имеет сильную социальную корреляционную практику, которая позволяет максимизировать прибыль и признание бренда.

В этой связи этот раздел будет посвящен разработке наилучшей возможной программы их использования.

Существуют две модели CSR, которые могут быть привязаны к предприятию: традиционные и стратегические. Традиционная модель предполагает периодическое участие организации в КСО в зависимости от существующих возможностей. Если предприятию в настоящий момент нужна КСО и деньги, тогда он выделяет финансирование, если нет - тогда программа CSR может быть заморожена. Стратегическая модель КСО предполагает разработку долгосрочной программы с учетом миссии и стратегии предприятия. Интеграция корпоративной социальной ответственности в повседневную рабочую компанию. В этом случае ассигнования на программы КСО не выделяются от случая к случаю, как в традиционной модели, а на постоянной основе. Работа над компанией «Магнит» в качестве основы была выбрана стратегической моделью КСО.

Разработка программы состоит из следующих этапов:

- А) Определение целей и задач программы КСО
- Б) Определение заинтересованных сторон Программы КСО
- В) Определение элементов программы КСО

Г) Определить стоимость программы

Д) Ожидаемая эффективность программы КСО

## **4.2 Определение целей и задач программы КСО**

Корпоративная социальная ответственность. Магнит — это набор принципов и обязательств, которые могут быть реализованы в его рамках:

А) управление отношениями с заинтересованными сторонами

Б) оценка и управление воздействием на национальную экономику, социальную сферу и окружающую среду;

Рассмотрим основные задачи Магнита в области КСО:

1) Интеграция миссии «Магнит» с целями и задачами стратегии развития компаний.

2) Формирование дополнительных факторов конкурентоспособности Магнита за счет формирования имиджа социально ответственной компании, в том числе в связи с будущим развитием ее международной деятельности.

3) Контроль и управление уровнем риска репутации Магнита в отношении вопросов, связанных с областью КСО.

4) Участие в формировании новых рынков экологически и социально ориентированных продуктов и услуг.

5) Создание дополнительного фактора лояльности сотрудников благодаря их более активному участию в решении социально значимых вопросов

Основными задачами Магнит в области КСО являются:

а) Интеграция принципов КСО в деятельность Магнита.

б) «Капитализация» (получение дополнительного положительного эффекта) социальных активов «Магнита» и увеличение стоимости ее бренда.

в) Повышение качества управления деятельностью КМТ Магнита посредством организации системной работы.

г) Организация процесса планирования деятельности, повышение эффективности затрат для ее реализации.

д) Создание механизмов для определения и регистрации деятельности Магнита, а также информирование заинтересованных сторон о результатах деятельности Магнита в области КСО, соответствующей лучшей международной практике.

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании. Другими словами, деятельность компании и программы КСО должны иметь одинаковые цели и задачи. Тогда программа CSR будет действовать как инструмент для компании, чтобы повысить их доступность и признание бренда.

Цели реализации КСО должны быть максимально приближены к миссии и стратегии. На их основе программы КСО могут быть реализованы внутри компании или вне ее. Таблица () показывает миссию и основные пути стратегии развития компании и, основываясь на данных, выбирает релевантные цели КСО:

Таблица 14 – Определение целей КСО на предприятии

<p>Миссия компании</p>	<p>Мы работаем для повышения благосостояния наших покупателей, сокращая их расходы на покупку качественных товаров повседневного спроса, бережно относясь к ресурсам компании, улучшая технологию и достойно вознаграждая сотрудников.</p>	<p>Цели КСО:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Интеграция Миссии Магнита с целями и задачами реализации Стратегии развития</li> <li>2. Формирование дополнительного фактора конкурентоспособности Магнит за счёт формирования имиджа</li> </ol>
------------------------	--	---

		<p>социально-ответственной компании, в том числе в связи с развитием его международной деятельности.</p> <p>3. Контроль и управление уровнем репутационного риска Магнита в части вопросов, относящихся к области КСО</p> <p>4. Участие в формировании новых рынков экологически и социально-ориентированных продуктов, и услуг.</p> <p>5. Создание дополнительного фактора лояльности сотрудников за счет их большей вовлеченности в решение социально-значимых вопросов</p>
--	--	---

Стратегия компании	<p>Главной стратегией компании является реализация инициатив, которые позволят Магниту выйти на новый уровень конкурентоспособности, дающий возможность конкурировать с глобальными технологическими компаниями, оставаясь лучшим магазином для населения и бизнеса, а ключевые стратегические приоритеты включают в себя:</p> <p>Лучший клиентский опыт и экосистемы технологическое лидерство, инновации сотрудники нового качества в эффективных командах</p>	
--------------------	--	--

Из представленной выше таблицы мы можем сделать вывод о том что Магнит максимально расширяет возможности интеграции целей КСО в стратегию предприятия.

Решая свои задачи в области КСО, Магнит опирается на Миссию, положения стратегии своего развития, а также международные нормы поведения и принципы, закреплённые международными стандартами в области КСО и устойчивого развития.

### 4.3 Определение стейкхолдеров программы КСО

Рассмотрим основное понятие стейкхолдеров. Стейкхолдерами или заинтересованными лицами называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции. Рассмотрим основных стейкхолдеров на примере компании Магнит исходя из целей программы КСО, которая была определена выше в таблице 14 к каждой цели программы были определены наиболее влиятельные стейкхолдеры. Результаты представлены в таблица 15.

Таблица 15 – Определение стейкхолдеров программы КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1	Интеграция Миссии Магнита с целями и задачами реализации Стратегии развития Магнита.	Собственники
2	Формирование дополнительного фактора конкурентоспособности Магнита за счёт формирования имиджа социально-ответственной компании, в том числе в связи с развитием его международной деятельности.	Топ-менеджеры
3	Контроль и управление уровнем репутационного риска Магнита в части вопросов, относящихся к области КСО	Аналитики
4	Участие в формировании новых рынков экологически и социально-ориентированных продуктов, и услуг.	Акционеры и инвесторы
5	Создание дополнительного фактора лояльности сотрудников за счет их большей вовлеченности в решение социально-значимых вопросов	Сотрудники

#### 4.4 Определение элементов программы КСО

На данном этапе разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО

В представленной таблице можно увидеть наиболее влиятельных стейкхолдеров на каждую цель программы. При их определении заинтересованных сторон классификации выбор был сделан, опираясь на миссию, стратегии развития, а также экспертными оценками степени возможного влияния того или иного лица непосредственно на деятельность Магнита или его репутацию

Таблица 16 – Определение элементов программы КСО

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Клиенты	Клиенты являются потребителями услуг Магнита. От их предпочтений существенно зависит устойчивость его бизнеса. Услугами Магнита пользуется практически каждая семья в РФ.	обеспечение качества продуктов и услуг; обеспечение доступности услуг; ответственное финансирование; предложение социально-ориентированных продуктов и услуг;
Сотрудники	Магнит является одним из крупнейших работодателей в РФ - число его сотрудников превышает 100 тыс. человек. Сотрудники - основной актив Магнита, они работают с клиентами и формируют	инвестиции в человеческий капитал;

	<p>репутацию Магнита, поддерживают развитие его инфраструктуры, обеспечивают реализацию стратегических и бизнес-задач Магнита.</p>	
<p>Общество (местные сообщества)</p>	<p>Магнита работает в каждом субъекте РФ и подавляющем большинстве районных центров РФ, а, следовательно, активно взаимодействует с обществом (местными сообществами). Его деятельность неразрывно связана с социальной и экологической средой, в которой он работает.</p>	<p>поддержка местных сообществ; благотворительность и спонсорство; повышение уровня финансовой грамотности населения; минимизация негативного воздействия на экологию;</p>
<p>Акционеры и инвесторы</p>	<p>Количество лиц, зарегистрированных в реестре акционеров Магнита, не превышает 30 человек. Магнит является публичной компанией, ценные бумаги которой торгуются как на российском, так и зарубежных рынках. Влияние акционеров определяется действующим</p>	<p>ответственное корпоративное поведение;</p>

	законодательством, а также практикой корпоративного управления, применяемой магнитом. магнит нацелен на повышение своей рыночной капитализации и заинтересован в прозрачных и открытых взаимоотношениях со своими акционерами	
Государство	Магнит является крупным налогоплательщиком, участвует в реализации важных государственных проектов и программ, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Государство, в лице его органов и компаний с его участием в капитале, является важным партнёром Магнита.	содействие экономическому развитию страны;

Таким образом, мы видим основных стейкхолдеров, их описание ,а также ожидаемый результат от реализации программы ,это позволяет оценить значимость будущих итогов реализации программ.

#### **4.5 Затраты на программы КСО**

Затраты на программы КСО могут определяться по остаточному

принципу и расходоваться в зависимости от их наличия, а могут стать частью ежемесячных, поквартальных отчислений. Рассмотрим основные мероприятия.

Таблица 17 – Затраты на программы КСО

Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
Повышение финансовой грамотности населения	Семинары	15000 рублей	2.5 мил рублей
Выпуск социально ориентированных продуктов	Пенсия, пособия и другие выплаты	250000 рублей	3 мил. Рублей
Инвестиции в человеческий капитал	Штатная численность сотрудников группы Магнит	30000 рублей	3 мил. Рублей
Развитие системы обучения	Программы по обучению	2500000 рублей	2 мил. Рублей
Благотворительность и спонсорство	Расходы	1500000 рублей	25 мил. рублей
Мероприятия, направленные на снижение потребления ресурсов в группе Магнит	Потребление энергии на одного сотрудника в группе Магнит	120000	1.5 милу рублей
Пропаганда охраны окружающей среды	спортивно-экологические проекты	1.5 мил. рублей	3 мил. рублей

В соответствии с целями предприятия и влиянием заинтересованных сторон был запланирован ряд мероприятий. Вектор политики КСО этого предприятия заключается в развитии персонала и повышении репутации компании и состоит из трех областей: социальные мероприятия, благотворительность и спорт. Общие затраты составили 40 мил. Руб., что составило 5% от чистой прибыли, полученной предприятием

#### 4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО

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

Таблица 18 - Ожидаемая эффективность программ КСО

Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
Повышение финансовой грамотности населения	2.5 мил. Рублей	Развитие филиальной сети Магнита, развитие удаленных каналов обслуживания, обеспечению доступности финансовых услуг для людей с ограниченными возможностями.	Осведомленность клиентов Магнита, а также потребителей различных социальных и возрастных групп о продуктах и услугах Магнита, развитию их навыков использования продуктов и услуг Магнитита в

		Расширение доступа к финансовым услугам различных категорий населения и удобства получения клиентами сервиса	повседневной жизни, разъяснению практических выгод их использования.
Выпуск социально ориентированных продуктов	3 мил. Рублей	Магнит предоставляет продукты и услуги, соблюдая баланс между своими коммерческими интересами и интересами данных социальных групп	.
Инвестиции в человеческий капитал	3 Мил. Рублей	повышение своей конкурентоспособности и за счет постоянного совершенствования существующих процессов на основе Производственной Системы Магнит, а также внедрению в деятельность Магнита новейших прорывных технологических и управленческих	обеспечение лояльности клиентов

		<p>решений. Магнит рассматривает инновации как инструмент обеспечения лояльности клиентов и повышения мотивации своих сотрудников.</p>	
<p>Развитие системы обучения</p>	<p>2 мил. рублей</p>	<p>Совершенствование профессиональных квалификаций и компетенций сотрудников ,а также развитие в них способности к управлению и социальных навыков, обучение сотрудников базовым понятиям и операциям, необходимым им для работы, а также общению с клиентами для того, чтобы оно соответствовало стандартам качества Магнита.</p>	<p>снижение текучести кадров, а также вакантные места для студентов и молодых специалистов, сотрудничество с разными учебными заведениями. Ежегодно более 5 тыс. студентов проходят практику в Магните.</p>

Благотворительность и спонсорство	25 мил. рублей	поддержка и активному участию Магнита в социально значимых проектах в области культуры и искусства, науки и образования, крупнейших бизнес-мероприятий	участие Магнита в благотворительных и волонтерских программах в области поддержки детских и социальных учреждений (включая детские дома, больницы), поддержке социальных проектов и инициатив, благотворительных организаций и фондов и пр.
Пропаганда охраны окружающей среды	3 мил. рублей	сокращение негативного воздействия Магнита на окружающую среду, осуществлению проектов в области углеродного финансирования и финансирования энергосберегающих мероприятий	улучшении имиджа компании

После завершения программы корпоративной социальной ответственности для компании можно подвести магнит.

Соотношение затрат на мероприятие с эффектом, полученным обществом и обществом, является оптимальным, что указывает на правильность разработанного комплекса мер. Расходы КСО составляют 5% от чистой прибыли компании, их распределение из бюджета компании возможно и оправдывает себя выгодами

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотя многие концептуализации процесса стратегического управления направлены на повышение конкурентных преимуществ и повышение эффективности работы фирмы, семейные фирмы уникальны в стремлении к индивидуальным центрам, ориентированным на семью, неэкономическим целям. «Потоки» семейно-ориентированных, неэкономических целей потенциально приводят к «запасам» социально-эмоционального богатства, которые дают уникальные результаты для семейных фирм; тем не менее, требуется больше исследований для дальнейшего изучения того, как семейные фирмы балансируют с эффективностью, отношением и поведенческими результатами. Как связаны эти результаты и как индивидуальные семейные цели влияют на каждый тип результатов — это вопросы, заслуживающие изучения. Кроме того, необходимо знать больше о том, как динамические возможности, такие как интеграция знаний, влияют на отношение, поведенческие и экономические результаты в семейных фирмах.

Мы можем сделать заключение, что семейная фирма и их фактические финансовые показатели справедливы лучше, чем семейные фирмы. В соответствии с нашим инструментом оценки (FIMIVIST-5), который может быть вызван тем, что эти фирмы пытаются более углубленно продвигаться по своим внешним и внутренним факторам, которые в конечном итоге оказывают положительное влияние на их финансовую стабильность и рост не только в финансовом отношении, но и в цене их акций прибыль от внешнего инвестора от их устойчивого и продолжающегося роста.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СТУДЕНТА

1. Mitchell Castro Y. V. , Abushaeva M. E. The actual challenges of financial literacy (Article Number 01134) // SHS Web of Conferences. - 2016 - Vol. 28. - p. 1-4

2. Mitchell Castro Y. V. The real cost of free resources // Импульс - 2014: материалы XI Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций, Томск, 26-28 Ноября 2014. - Томск: ТПУ, 2014 - С. 481-483

3. Митчел Я. В. Особенности внедрения системы 5С // Современные концепции развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 21 Сентября 2016. - Уфа: Омега Сайнс, 2016 - С. 71-72

4. Митчел Я. В., Стяжкин М. С. Факторы повышения конкурентоспособности фирмы // Импульс - 2017: материалы XII Международной научно-практической конференции студентов, молодых ученых и предпринимателей в сфере экономики, менеджмента и инноваций, Томск, 27-29 Ноября 2017. - Томск: ТПУ, 2017 - С. 224-226

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амит, Р. и Б. Вильялонга. 2014. «Финансовые показатели семейных фирм». SAGE Справочник по семейному бизнесу. Ред. Л. Мелин, М. Нордквист и П. Шарма. Издатели SAGE.
2. Au, K., J. Craig и K. Ramachandran. 2011. Семейное предприятие в Азиатско-Тихоокеанском регионе: Изучение транснационального предпринимательства в семейных фирмах. Cheltenham, Глостершир, Великобритания: Эдвард Элгар Издательский дом. Барни,). 1991. «Фирменные ресурсы и устойчивое конкурентное преимущество».
3. Журнал управления 17 (1): с. 99-120. Vasco, R. 2013. «Влияние семьи на производительность семейной фирмы: модель Тестирование демографических и сущностных подходов». Журнал семьи Стратегия бизнеса 4: с. 42-66.
4. Berrone, P., C. Cruz и L. R. Gomez-Mejia. 2012. «Социоэмоциональное богатство в семейные фирмы: теоретические измерения, подходы к оценке и повестка дня для будущих исследований». Семейный обзор бизнеса 25 (3): с. 258-279.
5. Boyer, E. L. 1990. Стипендия Пересмотрены: приоритеты профессора. Принстон, Нью-Джерси: Фонд Карнеги по улучшению Обучение.
6. Кабрера-Суарес, К., Де Саа-Перес и Д. Гарда-Алмейда. 2001 г. Процесс наследования на основе ресурсов и знаний на основе Семейная фирма». Семейный обзор бизнеса 14 (1): с.37-47.
7. Calder, G. H. 1953. «Некоторые проблемы управления малой семьей Контролируемый производственный бизнес». Диссертация. университет Индианы.
8. Канелла, А. А., К. Д. Джонс и М. В. Уизерс. 2015. «Семья против LoneFounder-Controlled Общественные корпорации: теория социальной идентичности и Совета директоров». Академия управления Journal 58 (2): с. 436-459.

9. Карнс, К. М. и Р. Д. Ирландия. 2013. «Семейство и инновации: ресурсы Объединение как недостающее звено». Теория и практика предпринимательства 37 (6): с. 1399-1419.
10. Carr, J.C. и J. K. Ring. 2017. «Интеграция знаний в семейную фирму и стратегическая перспектива семейной фирмы Создание неэкономической ценности "Журнал управленческих проблем 29 (1).
11. Cater III, J. J., R. E. Kidwell и К. М. Camp. 2016. «Команда преемника Динамика в семейных фирмах ». Семейный обзор бизнеса 29 (3): с. 301-326.
12. Кирико, Ф. и С. Сальвато. 2016. «Интернализация знаний и продукт развитие в семейных фирмах: когда реляционные и аффективные факторы Материя». Теория и практика предпринимательства 40 (1): с. 201-229.
13. Кирико, Ф. и С. Сальвато. 2008. «Интеграция знаний и динамика Организационная адаптация в семейных фирмах». Семейный обзор бизнеса 21 (2) - с. 169-181.
14. Chrisman, J. J., J. H. Chua, A. W. Pearson и T. Barnett. 2012. «Семья участие, влияние семьи и социально-ориентированные неэкономические цели в малых фирмах». Теория и практика предпринимательства 36 (2): с. 267-293.
15. Chrisman, J. J., J. H. Chua и P. Sharma. 2005. «Тенденции и направления в «разработка стратегии стратегического управления семейной фирмой». Теория и практика предпринимательства 29 (5): с. 555-576.
16. Chrisman, J. J., E. Memili и K. Misra. 2014. «Менеджеры семьи, семья Фирмы и Проклятие победителя: влияние неэкономических целей и ограниченная рациональность». Теория и практика предпринимательства 38 (5): 11 ОС1127.
17. Chrisman, J. J. и P. C. Patel. 2012. «Вариации в НИОКР Инвестиции семейные и не семейные фирмы: поведенческое агентство и отвращение к близоруким потерям перспективы». Академия управления Journal 55 (4): с. 976-997.

18. Chrisman, J. J., P. Sharma, L. P. Steier, and J. X. Чуа. 2013. «Влияние целей семьи, управления и ресурсов на результаты фирмы». Теория и практика предпринимательства 37 (6): с. 1249-1261.
19. Chua, J. H., J. J. Chrisman и E. P. C. Chang. 2004. «Рождаются семейные фирмы или Сделано? Исследовательское исследование». Семейный обзор бизнеса 17 (1): с. 37- 54.
20. Chua, J. H., J. J. Chrisman и A. De Massis. 2015. «Ближе взглянуть на социально-экономическое богатство: его потоки, запасы и перспективы для перемещения Вперед». Теория и практика предпринимательства 39 (2): с. 173-182.
21. Chua, J. H., J. J. Chrisman и P. Sharma. 1999. «Определение семьи бизнес по поведению». Теория и практика предпринимательства 23 (4): с. 19-39.
22. Коэн, А. Р. и П. Шарма. 2016. Предприниматели в каждом поколении: как успешные семейные компании развивают своих новых лидеров. Окленд, Калифорния: BerrettKoehler.
23. Colli, A. 2012. «Контекстуализация выступлений семейных фирм: перспективы деловой истории». Семейный обзор бизнеса 25 (3): с. 243-257.
24. Colli, A., M. Rose и C. Howorth. 2013. «Долгосрочные перспективы в отношении семьи бизнес». История бизнеса 55 (6): с. 841-854.
25. Daspit, J. J., D. T. Holt, J. J. Chrisman и R. G. Long. 2016. «Изучение преемственности семейной фирмы с точки зрения социального обмена: многофазный, ЖУРНАЛ МЕНЕДЖЕРСКИХ ВОПРОСОВ Том. XXIX Номер 1 Весна 2017
26. Daspit, Chrisman, Sharma, Pearson, and Long 25 Обзор многопользовательской аудитории ». Обзор семейного бизнеса 29 (1): с. 44-64.
27. Дебицки, Б., Р. В. Д. Рэндольф и М. Собчак. 2017. «Социоэмоциональный
28. Эффективность благосостояния и семьи: подход заинтересованных сторон». Журнал управленческих проблем 29 (1).

29. Шарма, П., Сальвато и Т. Рей. 2014. «Временные размеры семьи enterprise research». Семейный обзор бизнеса 27 (1): с.10-19.
30. Шукла, П. П., М. Карни и Э. Гедайлович. 2014. «Экономические теории семейных фирм». В SAGE Handbook of Family Business. Ред. Л. Мелин, М.
31. Нордквист и П. Шарма. Thousand Oaks, CA: Издатели SAGE. Стюарт, А. 2003. «Флеп один, используйте один другой: к антропология семейного бизнеса». Теория и практика предпринимательства 27 (4): с.383-396.
32. Стюарт, А. и М. А. Хитт. 2012. «Почему не может быть семейный бизнес больше похож бессемейный бизнес? Режимы профессиональной деятельности в семейных фирмах».
33. Семейный обзор бизнеса 25 (1): с. 58-86. ван Эссен, М., В. М. Страйк, М. Карни и С. Сапп. 2015. «Упругость Семейная фирма: результаты участия заинтересованных сторон и институциональные последствия». Корпоративный Управление: международный обзор 23 (3): с. 167-183.
34. ван Вейк, Р., Дж. П. Янсен и М. А. Лилес. 2008. «Меж- и внутриорганизационные передача знаний: метааналитический обзор и оценка его прошлых событий и последствий». Журнал управления исследования 45 (4): с. 830-853.
35. Вардаман, Дж. М. и М. Б. Гондо. 2014. «Комментарий: социально-эмоциональный богатство в семейных фирмах». Теория и практика предпринимательства 38 (6): с. 1317-1322.
36. Вербекке, А. и Л. Кано. 2012. «Теория экономической теории транзакций семейная фирма: специфическая характеристика человеческого имущества на основе семьи и бифуркационное смещение». Теория и практика предпринимательства 36 (6): с. 1183-1205.
37. Ward, J. L. 1987. Сохранение семейного бизнеса здоровым: как планировать продолжение Рост, рентабельность и семейное лидерство. Сан-Франциско, Калифорния: Джосси-Басс.

38. Ward, J. L. и C. Meek. 2005. «Fel-Pro (A): победа в пять поколений рабочее место. Fel-Pro (B): после продажи - переход семьи Леман. " Номера корпусов HBS KEL с. 118, 119.
39. Wheelen, T. L., J. D. Hunger, A. N. Hoffman и С. Е. Vamford. 2014. Концепции стратегического управления и бизнес-политики: глобализация, инновации, и устойчивое развитие (14-е издание). Верхняя река седла, Нью-Джерси: Prentice Hall.
40. Ю. А., Г. Т. Лумпкин, Р. Л. Соренсон, К. Х. Бригам. 2012. «Пейзаж результатов семейного бизнеса: сводная и численная таксономия зависимых переменных». Семейный обзор бизнеса 25 (1): с. 33-57.
41. Захра, С. А. и П. Шарма. 2004. «Исследование семейного бизнеса: стратегическое отражение». Семейный обзор бизнеса 17 (4): с. 331-346
42. Балансовая отчетность предприятия Общество с ограничено ответственностью "Магнит" [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Деловой бизнес справочник регионов России. URL: <http://rusbport.ru/> (дата обращения: 21.04.2018).
43. Балансовая отчетность предприятия ПАО "ГАЗПРОМ" [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Деловой бизнес справочник регионов России. URL: <http://rusbport.ru/> (дата обращения: 21.04.2018).
44. Балансовая отчетность предприятия ОК Русал [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Деловой бизнес справочник регионов России. URL: <http://rusbport.ru/> (дата обращения: 21.04.2018).
45. Балансовая отчетность предприятия Общество с ограничено ответственностью "Магнит" [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Деловой бизнес справочник регионов России. URL: <http://rusbport.ru/> (дата обращения: 21.04.2018).
46. Концепция системы планирования выездных налоговых проверок, Приложение № 4 к Приказу ФНС России от 30.05.07 №ММ-3-06/333@ [Электронный ресурс]; офиц. Сайт. - федеральная налоговая служба России - [URL:https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference\\_work/conception\\_vnp/](https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/)

47. Жданова А.Б. Финансовый анализ и планирование на предприятии: метод. указ. по выполнению курсовой работы по дисциплине «Финансовый менеджмент» для студентов бакалавров, обучающихся по спец. 080200 «Менеджмент», 38.03.02 «Менеджмент» / Баннова К.А., Рахимов Т.Р.; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. – 42 с
48. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Н.В.Черепанова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 94 с

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**Анализ платежеспособности третичного сектора экономики**

<b>Показатели рентабельности</b>	<b>Обозначение</b>	Berkshire Hathaway	Walmart Inc.	Магнит	Сбербанк	Carrefour	Costco
Валовая рентабельность продаж	<b>R (GMS)</b>	69.98%	25.64%	26.65%	93.71%	22.28%	13.29%
Операционная рентабельность продаж	<b>R<sub>op</sub> (OPS)</b>	9.84%	4.69%	4.94%	34.34%	2.20%	3.19%
Чистая рентабельность продаж	<b>R<sub>чп</sub> (NPS)</b>	18.56%	2.81%	3.11%	32.18%	1.16%	2.08%
Рентабельность активов	<b>ROA</b>	3.95%	11.45%	10.58%	8.06%	3.72%	11.31%
Чистая рентабельность активов	<b>ROA<sub>чп</sub></b>	6.40%	6.86%	6.66%	2.75%	1.87%	7.37%
Рентабельность собственного капитала	<b>ROE</b>	12.90%	17.54%	13.53%	21.70%	8.89%	24.86%

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Анализ деловой активности третичного сектора экономики

Показатели	Berkshire Hathaway		Walmart Inc.		Магнит		Сбербанк		Carrefour		Costco	
	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни
Оборачиваемость активов	-	-	2.44	149	2.14	171	-	-	1.69	217	3.55	103
Оборачиваемость оборотных активов	-	-	8.42	44	5.95	62	-	-	8.12	45	7.45	49
Оборачиваемость запасов	-	-	8.39	44	5.10	72	-	-	9.38	39	11.38	33
Оборачиваемость дебиторской задолженности	8.47	44	83.27	5	128.05	3	16.87	22	12.07	31	90.10	5
Оборачиваемость кредиторской задолженности		80	8.72	42	8.84	42	23.21	16	3.99	92	11.64	32
Время финансового цикла, дни		-44		7		32		6		-22		6

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Анализ деловой активности второго сектора экономики семейных компаний

Показатели	Nike, Inc		Christian Dior SE		Wolkswagen		Samsung		Continental AG		ООО «СРТ»	
	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив.	Период оборота, дни
Оборачиваемость активов	1.52	240	0.60	609	0.55	668	0.64	569	1.18	311	0.88	416
Оборачиваемость оборотных активов	2.20	167	1.60	227	1.44	254	1.43	256	2.86	1.28	2.48	147
Оборачиваемость запасов, в т.ч	3.93	93	1.38	264	4.66	79	6.55	56	7.91	47	4.21	87
Оборачиваемость дебиторской задолженности	9.60	38	8.20	45	3.47	106	8.31	44	5.74	64	4.84	76
Оборачиваемость кредиторской задолженности	9.71	38	3.32	110	8.16	45	18.55	20	4.80	77	9.59	39
Время финансового цикла, дни		93		199		140		80		34		124

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Анализ деловой активности в трого сектора экономики несемейных компаний

Показатели	Adidas AG		Walgreens Boots Alliance		Abertis Infraestructuras, S.A		General Motors Company		Daimler AG		ООО «СРТ»	
	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни	Коэф. Оборачив	Период оборота, дни
Оборачиваемость активов	1.46	250	1.79	204	0.20	1867	0.69	533	0.64	568	0.88	416
Оборачиваемость оборотных активов	2.45	149	5.98	61	1.52	240	2.12	173	1.54	237	2.48	147
Оборачиваемость запасов, в т.ч	2.85	129	10.01	37	-	-	10.77	34	5.06	73	4.21	87
Оборачиваемость дебиторской задолженности	9.17	40	18.11	21	-	-	17.83	21	3.75	97	4.84	76
Оборачиваемость кредиторской задолженности	5.32	69	7.12	52	1.01	361	4.80	76	10.42	36	9.59	39
Время финансового цикла, дни		100		6		-		-21		134		124

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Анализ деловой активности втрого сектора экономики несемейных компаний

Показатели	Nike, Inc	Christian Dior SE	China Evergrande Group	Volkswagen	Samsung	Continental AG	Adidas AG	Walgreens Boots Alliance	Abertis Infraestructuras, S.A	General Motors Co.	Daimler AG	ООО «СРТ»
Коэффициент автономии (коэффициент независимости), %	77%	17.56%	7.02%	25.78%	75.92%	42.28%	44.41%	41.61%	8.48%	16.47%	25.04%	41.07
Коэффициент леввериджа	1.87	5.69	14.24	3.88	1.31	2.37	2.25	2.40	11.79	6.07	3.99	2.43
Коэффициент покрытия процентов	15.28	66.45	19.16	5.81	83.30	16.26	33.27	9.52	2.59	17.42	22.31	-0.47
Коэффициент долга, %	87%	82.43%	86.25%	74.22%	24.07%	57.72%	55.58%	58.39%	91.52%	83.53%	74.95%	143.44%

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Портфолио компании для оценки FIMIVIST-5

#### Портфолио компании

#### *Berkshire Hathaway*



#### *Описание деятельности*

Berkshire Hathaway - холдинговая компания с широким спектром дочерних компаний, занимающихся различными видами деятельности. Основным бизнес-сегментом фирмы является страхование, осуществляемое в основном через Geico, General Re, Berkshire Hathaway Reinsurance Group и Berkshire Hathaway Primary Group. Второй по величине сегмент компании включает в себя Burlington Northern Santa Fe (железная дорога) и Berkshire Hathaway Energy (коммунальные и энергетические дистрибьюторы), которые по своим производственным, сервисным и розничным операциям следовали по размеру и важности. Остальная часть портфеля Berkshire состоит из сегмента финансовых и финансовых продуктов, который занимается производством жилья и финансов,

арендой мебели и производством, ремонтом и лизингом железнодорожных вагонов и других транспортных средств.

Согласно списку Forbes Global 2000, Berkshire Hathaway является пятой по величине публичной компанией в мире.

### ***Введение***

“Berkshire Hathaway стремится стать крупнейшей и влиятельной инвестиционной компанией в мире.”

### ***Миссия***

“Поставление правильных деталей точно вовремя, превышение наших внутренних и внешних требований клиентов благодаря постоянному совершенствованию и обеспечение места для трудолюбивых, преданных делу, знающих и этических людей, которые верят в компанию.”

### **SWOT Анализ**

Начнем с того, что в SWOT-анализе рассматриваются внутренние и внешние факторы, которые помогают или вредят бизнесу. Внутренние факторы включают сильные и слабые стороны в бизнесе. Наиболее важная внутренняя сила включает акционеров, владеющих и управляющих бизнесом. Внешние факторы состоят из возможностей и угроз извне бизнеса. Возможность экспонатов Berkshire Hathaway заключается в том, что они всегда ищут новые предприятия. В целом, Berkshire Hathaway иллюстрирует многие факторы SWOT, которые необходимо учитывать для успеха бизнеса.

<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>Акционеры рассматриваются как владельцы, а владельцы рассматриваются как «управляющие партнеры».</p> <p>Большинство директоров имеют крупные инвестиции в компанию, и они хотят помочь акционерам зарабатывать деньги, а также сами.</p> <p>Последний раз, когда Беркшир объявил о дивидендах в денежной форме в 1967 году</p>	<p><b>слабые стороны</b></p> <p>Компания не хочет продавать предприятия, которые неэффективны.</p> <p>Директора Berkshire предпочитают, чтобы цена акций оставалась на «справедливом уровне», а не на «высоком уровне» для привлечения инвесторов.</p> <p>Berkshire Hathaway - это только холдинговая компания, поэтому они зависят от вторичных компаний для продаж.</p> <p>Уоррен Баффет принимает все инвестиционные решения. Если он уйдет, это может негативно повлиять на будущие прибыли и приобретения.</p>
<p><b>Возможности</b></p> <p>Расширение в других странах.</p> <p>Диверсификация портфелей для клиентов</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Изменение государственных правил и финансового кризиса, таких как спады.</p> <p>Стихийные бедствия Кибер-атака может снизить операции, ИТ и безопасность их клиентов</p> <p>Если цены на природный газ и энергоносители повысятся, это может отрицательно повлиять на прибыль Berkshire.</p>

### ***PESTEL***

Анализ PESTEL фокусируется на факторах внешней среды, которые влияют на бизнес. Политические факторы состоят из изменений в государственной политике, которые влияют на бизнес. В качестве альтернативы экономические факторы состоят из изменений обменных курсов, инфляции или спадов, которые могут негативно

повлиять на бизнес. Социальные факторы также влияют на бизнес, потому что клиенты могут менять свои тенденции и больше не хотят покупать через бизнес. Технология постоянно меняется, поэтому важно сосредоточиться на технологических факторах при изучении внешней среды. Кроме того, экологические факторы, вызванные изменением климата, сезонами или неблагоприятной погодой, еще больше влияют на бизнес. Наконец, юридические факторы, которые возникают в результате судебных процессов, могут повлиять на успех бизнеса. В целом важно учитывать факторы PESTEL при рассмотрении внешней среды, которая влияет на бизнес.

<p>Политические факторы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Операции в других странах будут негативно влиять на изменения в политике.</li> <li>- Если политические решения требуют более энергоэффективных мер электроснабжения, это может отрицательно повлиять на Berkshire Hathaway.</li> <li>- Изменения в природоохранных нормах могут негативно повлиять на любую деятельность Berkshire.</li> </ul>
<p>Экономические факторы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Еще одна депрессия или рецессия могут снизить рыночный спрос на услуги Berkshire Hathaway.</li> <li>- Колебания обменных курсов могут положительно или отрицательно повлиять на внешние операции Беркшира.</li> <li>- Инфляция приводит к потерям в силе денег, что влияет на инвестиции в будущем</li> </ul>
<p>Социальные факторы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Если люди предпочитают альтернативные источники энергии, энергетическая компания Berkshire Hathaway отрицательно повлияет.</li> </ul>

	- Террористические атаки или гражданские беспорядки могут сократить глобальные операции Беркшира Хэтэуэй.
Технологические факторы	-Технологические достижения конкурентных компаний могут снизить долю рынка Berkshire Hathaway. - Кибер-атаки могут снизить операционную эффективность
Экологические факторы	- Сезонность потребностей в энергии приводит к колебаниям потребностей в энергии из-за погоды. - Экологические риски могут привести к проблемам с транспортировкой опасных материалов или химических веществ. - Неблагоприятная погода или изменение климата могут повлиять на бизнес-операции.
Юридические факторы	Экологические законы, которые включают чистую воду, чистый воздух, выбросы, изменение климата и удаление отходов, могут негативно повлиять на доходы Berkshire Hathaway Energy Company. -Berkshire, возможно, придется очищать или восстанавливать окружающую среду из-за иска от третьих лиц.

### ***Пять сил Портера***

Важно учитывать конкурентные факторы, влияющие на бизнес-операции, а пять Сил Портера - отличный метод для анализа этих факторов. Во-первых, если есть низкая угроза для новых участников, это иллюстрирует

конкурентный фактор, который необходимо учитывать при любом аспекте бизнеса. Далее, угрозы замещающей продукции или услуг показывают, следует ли компании относиться к другим продуктам на рынке. Кроме того, конкурентная способность клиентов может подтолкнуть цену проданной продукции, в то время как способность торговать поставщиками может вынудить компанию повысить цены на свою продукцию, чтобы учесть увеличение расходов. Конечным конкурентным фактором, который должен быть включен, является количество конкурентного соперничества, которое может повлиять на бизнес, чтобы изменить свой рынок, если в этом секторе существует слишком много конкурентов. Учитывая эти моменты, бизнес может определить, повлияют ли их большие конкурентные факторы на их бизнес

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
Все предприятия, принадлежащие Berkshire, имеют высокую конкуренцию. Если новая компания имеет достижения в области технологий или процедур, это может повлиять на	Если Fruit, Russell и VFB (FOL) увеличивают стоимость сырья, это может снизить производственные операции. Кроме того, если погода влияет на количество сырья, цена на сырье может расти, или	Индустрия автомобильного страхования чрезвычайно конкурентоспособна, и этот конкурс может привести к снижению доли рынка. Железнодорожная	Если произойдет спад, у покупателей будет слишком мало денег, чтобы позволить себе многие продукты Berkshire. Это снизит спрос на	Каждый аспект операций Беркшира имеет невероятно высокую конкуренцию. Рыночные и технологические изменения со стороны конкурентов могут ухудшить доходы Berkshire. Многие страховые компании существуют, поэтому

финансовые показатели Berkshire. Иностранцы или отечественные конкуренты могут возникнуть и негативно повлиять на операционную прибыль Berkshire	эти материалы могут стать недоступными. Поставщики производят продукты Pampered Chef (TPC), поэтому изменения в цепочке поставок могут отрицательно повлиять на цену, с которой Berkshire может получить эти товары	промышленность также чрезвычайно конкурентоспособна. FOL также чрезвычайно конкурентоспособна, поэтому от этого может произойти снижение прибыли.	многие компании Berkshire. Это снижение спроса может привести к тому, что Berkshire будет снижать цены, чтобы сохранить многих своих клиентов.	страховые компании Berkshire Hathaway, такие как GEICO, должны предлагать более низкие ставки, чем конкуренты. Кроме того, транспортная, энергетическая и химическая промышленность состоит из многих продуктов и услуг-заменителей.
--	---	---	--	--

## Финансовый анализ

BERKSHIRE HATHAWAY INC A (BRK.A) БАЛАНС								
Финансовый год заканчивается в декабре. USD в миллионах	2014-12		2015-12		2016-12		2017-12	
Активы								
ценные бумаги	144225	27.41%	136611	24.74%	144311	23.24%	185379	26.40%
Займы, всего	12566	2.39%	12772	2.31%	13300	2.14%	13748	1.96%
Недвижимость	22324	4.24%	21717	3.93%	17256	2.78%		
Краткосрочные инвестиции							84371	12.02%
Денежные средства и их эквиваленты	63269	12.02%	71730	12.99%	28048	4.52%	31583	4.50%
Премии и прочая дебиторская задолженность	21852	4.15%	23303	4.22%	27097	4.36%	28578	4.07%

Имущество и оборудование	137244	26.08%	145166	26.29%	152773	24.61%	158219	22.54%
Goodwill	60714	11.54%	71856	13.01%	112967	18.20%	113776	16.21%
Прочие активы	63992	12.16%	69102	12.51%	66780	10.76%	86441	12.31%
Итого активы	526186	100%	552257	100%	620854	100%	702095	100%
пассивы								
Будущие оплачиваемые пособия	13261	2.52%	21620	3.91%	22691	3.65%	25262	3.60%
Незаработанные премии	11944	2.27%	13311	2.41%	14245	2.29%	16040	2.28%
Долгосрочные кредиты	80209	15.24%	84289	15.26%	101644	16.37%	102587	14.61%
Отложенные налоги на прибыль	61235	11.64%	63126	11.43%	77944	12.55%	56607	8.06%
Другие обязательства	116510	22.14%	111284	20.15%	117971	19.00%	149645	21.31%
Всего обязательства	283159	53.81%	293630	53.17%	334495	53.88%	350141	49.87%
<b>Собственный капитал</b>								
Обыкновенные акции	8		8		8		8	
Добавочный капитал	35573	6.76%	35620	6.45%	35681	5.75%	35694	5.08%
Нераспределенная прибыль	163620	31.10%	187703	33.99%	211777	34.11%	255786	36.43%
Казначейские акции	-1763	-0.34%	-1763	-0.32%	-1763	-0.28%	-1763	-0.25%
Накопленный прочий совокупный доход	42732	8.12%	33982	6.15%	37298	6.01%	58571	8.34%
Общий акционерный капитал	240170	45.64%	255550	46.27%	283001	45.58%	348296	49.61%
Прочие обязательства и акции	2857	0.54%	3077	0.56%	3358	0.54%	3658	0.52%
Total liabilities and stockholders' equity	526186	100%	552257	100%	620854	100%	702095	100%
BERKSHIRE HATHAWAY INC A (BRK.A) ОПУ(отчет о прибылях и убытках)								
Финансовый год заканчивается в декабре. USD в миллионах	2014-12		2015-12		2016-12		2017-12	
<b>выручка</b>								

Величина премий	41253	21.19%	41294	19.59%	45881	20.52%	60597	25.03%
Плата за услуги и комиссии	102191	52.49%	112431	53.33%	125697	56.21%	132887	54.88%
Реализованная прибыль (убытки) капитала, нетто	4081	2.10%	10347	4.91%	8304	3.71%	2128	0.88%
Прочие доходы (убытки)	47148	24.22%	46749	22.17%	43722	19.55%	46525	19.21%
<b>Общая выручка</b>	<b>194673</b>	<b>100%</b>	<b>210821</b>	<b>100%</b>	<b>223604</b>	<b>100%</b>	<b>242137</b>	<b>100%</b>
Преимущества, претензии и расходы								
Преимущества и претензии страхователя	31587	16.23%	31940	15.15%	36037	16.12%	54509	22.51%
Получение политики и другие расходы	78873	40.52%	87029	41.28%	95754	42.82%	101748	42.02%
Продажа, общая и административная	45857	23.56%	45874	21.76%	47859	21.40%	50265	20.76%
расходы на уплату процентов	3253	1.67%	3515	1.67%	3497	1.56%	5394	2.23%
Прочие расходы	6998	3.59%	7517	3.57%	6790	3.04%	6383	2.64%
Общие выгоды, претензии и расходы	166568	85.56%	175875	83.42%	189937	84.94%	218299	90.16%
Доход до налога на прибыль	28105	14.44%	34946	16.58%	33667	15.06%	23838	9.84%
Налог на прибыль (расход)	-7935	-4.08%	-10532	-5.00%	-9240	-4.13%	21515	8.89%
Прочие доходы (расходы)	-298	-0.15%	-331	-0.16%	-353	-0.16%	-413	-0.17%
Чистый доход	19872	10.21%	24083	11.42%	24074	10.77%	44940	18.56%
Чистая прибыль по обыкновенным акциям	19872	10.21%	24083	11.42%	24074	10.77%	44940	18.56%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Среднее значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{Текущие обязательства})$	1.86	1,88	1.86	2.01	1.90

Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	QR = (Текущие активы - Инвентаризация) / (Текущие обязательства)	1.82	1.83	1.78	1.93	1.84
Рентабельность активов (ROA)	ROA = (чистый доход) / (общие активы)	3,77%	4,36%	3,89%	6,40%	4,60%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	ROE = (Чистый доход) / (Собственный капитал)	8,27%	9.42%	8.50%	12.90%	9.77%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	DPR=(Годовой дивиденд на акцию) / (Прибыль на акцию)	0	0	0	0	0
Прибыль на акцию (EPS)	EPS = (Чистый доход - Дивиденды по привилегированным акциям) / (Средние выпущенные акции)	0.85	0.71	0.37	1.83	3.76
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E = (рыночная стоимость на акцию) / (Прибыль на акцию)	17,94	14,28	17,25	26,21	18,92
Маржа прибыли (PM)	PM = (чистый доход) / (чистые продажи)	11,93%	13,69%	12,67%	20,59%	14,72%
Общий коэффициент задолженности (TDR)	TDR = (Итого активы - общий капитал) / (Всего активов)	0,54	0,54	0,54	0,50	0,53
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Коэффициент Д / E = Общая сумма обязательств / Общий капитал	1,17	1,15	1,18	1,01	1,13

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	Berkshire Hathaway имеет в средний CR 1,90, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 1,90 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. К счастью, у Berkshire Hathaway есть QR 1,84, что указывает на то, что они имеют \$ 1,84 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они все еще имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Berkshire Hathaway демонстрирует ROE в размере 9,77%, что указывает на то, что компания делает более \$0,09 за каждый доллар в капитале, который компания владеет
Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 4,6% для Berkshire Hathaway, что указывает на то, что компания составляет почти 0,05 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	Berkshire Hathaway не выдал дивиденды с 1967 года.
Прибыль на акцию (EPS)	Berkshire Hathaway испытал EPS в размере 17179.75 долл. США в среднем в течение 2014, 2015, 2016, 2017 года
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E Berkshire Hathaway, который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 18,92 раза прибыль на акцию за один запас Berkshire Hathaway. Это указывает на то, что люди очень уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM Berkshire Hathaway составляет 14,72%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,14 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.

Общий коэффициент задолженности (TDR)	Berkshire Hathaway имеет TDR 0,53, что означает, что компания не является рискованной. Berkshire Hathaway должен будет продать 54% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Несмотря на то, что компания и ее дочерние компании имеют только 53% долга, коэффициент D / E составляет 1,13. Это указывает на то, что Berkshire Hathaway финансируется в основном кредиторами и меньше инвесторами. Это может быть индикатором того, что компания финансово рискованна. К счастью, у них высокий CR и QR, поэтому они легко могут погасить обязательства с активами.

Учитывая финансовые коэффициенты выше, Berkshire Hathaway демонстрирует отличные финансовые показатели. Во-первых, CR и QR показывают, что компания и ее дочерние компании могут иметь \$ 1,84 в активах с каждого доллара США в долгах, поэтому они могут без проблем расплатиться с долгами. Кроме того, компания имеет ROA в размере 4,6% и ROE в размере 9,77%, указав, что они делают положительную балансовую доходность активов и капитала компании. EPS составляет 17179.75 долл. США. Большое отношение P / E указывает на то, что инвесторы готовы платить за высокие значения запасов из-за высокого EPS. PM показывает, что Berkshire Hathaway дает 14,72% прибыли на доллар в своей компании и в своих дочерних компаниях. Наконец, Berkshire Hathaway и их дочерние компании должны будут продать 53% своих активов для оплаты своих обязательств, но их отношение D / E является высоким, что свидетельствует о том, что они больше поддерживаются долговыми обязательствами, чем инвесторами. В целом, Berkshire Hathaway иллюстрирует позитивные финансовые показатели, что делает эту компанию отличной инвестиционной возможностью.

Учитывая SWOT, PESTEL, Пять Сил Портера и финансовый анализ Berkshire Hathaway - все идет хорошо. Хотя некоторые негативные факторы связаны с SWOT, положительные аспекты перевешивают негативные

последствия. Анализ PESTEL указывает на то, что компания имеет множество внешних факторов, которые следует учитывать, но они идентифицируют все эти факторы в своем отчете. Пять сил Портера иллюстрируют, что Berkshire Hathaway и его дочерние компании работают в условиях жесткой конкуренции, поэтому они должны знать, что делают их конкуренты, чтобы удержать их. К счастью, большинство финансовых факторов компании поддерживают, что эта компания преуспевает.

### ***ГРУППА CHINA EVERGRANDE***



#### ***Описание деятельности***

Evergrande - крупный девелопер недвижимости. В 2017 году он занял третье место по объему продаж среди разработчиков в Китае. Он имеет проекты примерно в 200 городах Китая, а на развитие собственности приходится 90% прибыли. Фирма также имеет интересы в банковской сфере, страховании, туризме и здравоохранении. Evergrande была зарегистрирована в Гонконге в конце 2009 года. Компания находится в процессе отчуждения

своего бизнеса в сфере недвижимости в зарегистрированном в Шэньчжэне предприятии. Свободный поплавок составляет 25%, а учредителем компании Хуэй Ка Янь остается оставшаяся доля.

### ***Введение***

Добросовестность является гарантией развития предприятия. Основываясь на добросовестности как основной, компания применяет эту концепцию во всем управлении, обслуживании клиентов, коммуникации и сотрудничестве, и беспроигрышном развитии, направленном на создание «векового Эвергрэнда».

### ***Миссия***

Качество является краеугольным камнем для предприятия по созданию своего бренда. Бренд является символом качества продукции и услуг, репутации предприятия, высокой кредитоспособности и лояльности клиентов. В процессе достижения стратегической цели компания работает над тем, чтобы обеспечить лучший продукт и создать хорошую международную репутацию.

### ***SWOT Анализ***

<b>Сильные стороны</b> Высокий уровень удовлетворенности клиентов - компания со своим специализированным отделом управления взаимоотношениями с клиентами способна достичь высокого уровня удовлетворенности клиентов среди нынешних	<b>слабые стороны</b> Организационная структура совместима только с существующей бизнес-моделью, что ограничивает расширение в смежных сегментах продуктов. Не очень успешным в интеграции фирм с разной культурой работы. Как упоминалось ранее,
---	---

клиентов и хорошего бренда среди потенциальных клиентов.

Автоматизация деятельности привела к согласованности качества с продуктами Evergrande Real Estate и позволила компании масштабироваться и масштабироваться в зависимости от условий спроса на рынке.

Успешный опыт разработки новых продуктов - инновация продукта.

Надежные поставщики. Он имеет прочную базу надежного поставщика сырья, что позволяет компании преодолевать узкие места в цепочке поставок.

Сильный бренд-портфолио - за эти годы Evergrande Real Estate инвестировала средства в создание сильного портфеля брендов.

несмотря на то, что Evergrande Real Estate успешно интегрирует небольшие компании, у нее есть доля неспособности объединить фирмы, которые имеют разную культуру работы.

Существуют пробелы в ассортименте, продаваемом компанией. Этот недостаток выбора может дать новому конкуренту плацдарм на рынке.

Запасы дней значительно отличаются от конкурентов - заставляя компанию привлекать больше капитала для инвестирования в канал. Это может повлиять на долгосрочный рост недвижимости Evergrande

Маркетинг продуктов оставлял желать лучшего.

Несмотря на то, что продукт имеет успех с точки зрения продажи, но его позиционирование и уникальное торговое предложение четко не определены, что может привести к атакам в этом сегменте от конкурентов.

<p><b>Возможности</b></p> <p>Снижение темпов инфляции. Низкий уровень инфляции повышает стабильность на рынке, позволяет кредитовать по более низкой процентной ставке клиентам Evergrande Real Estate.</p> <p>Развитие рынка приведет к размыванию преимуществ конкурента и позволит Evergrande Real Estate повысить свою конкурентоспособность по сравнению с другими конкурентами.</p> <p>Новые клиенты из онлайн-канала. За последние несколько лет компания инвестировала огромную сумму денег в онлайн-платформу. Эти инвестиции открыли новый канал продаж для Evergrande Real</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Возрастающая тенденция к изоляционизму в американской экономике может привести к аналогичной реакции со стороны другого правительства, что отрицательно скажется на международных продажах.</p> <p>Изменение потребительского поведения покупателей из интернет-канала может представлять угрозу для существующей модели цепочки поставок, основанной на физической инфраструктуре.</p> <p>Законы об ответственности в разных странах различны, и Evergrande Real Estate может подвергаться различным требованиям</p>

Estate. В ближайшие несколько лет компания может использовать эту возможность, зная, что ее клиент лучше и удовлетворяет свои потребности, используя большую аналитику данных.

Основные компетенции организации могут быть успешными в аналогичной области других продуктов. Сравнительный пример может быть - исследования GE healthcare помогли ему в разработке лучших машин для бурения нефтяных скважин.

Новые тенденции в поведении потребителей могут открыть новый рынок недвижимости Evergrande. Это дает прекрасную возможность для организации создавать новые потоки доходов и диверсифицировать новые категории продуктов.

ответственности, учитывая изменения в политике на этих рынках.

Нет регулярных поставок инновационных продуктов. На протяжении многих лет компания разрабатывала множество продуктов, но часто реагирует на развитие других игроков. Во-вторых, поставка новых продуктов не является регулярной, что приводит к высоким и низким колебаниям в количестве продаж в течение определенного периода времени.

Интенсивная конкуренция. Стабильная прибыльность увеличила число игроков в отрасли за последние два года, что оказало понижающее давление не только на рентабельность, но и на общий объем продаж.

Нехватка квалифицированной рабочей силы на определенном глобальном рынке представляет собой угрозу устойчивому росту прибыли для Evergrande Real Estate на этих рынках.

## ***PESTEL***

Анализ PESTEL фокусируется на факторах внешней среды, которые влияют на бизнес. Политические факторы состоят из изменений в государственной политике, которые влияют на бизнес. В качестве альтернативы экономические факторы состоят из изменений обменных курсов, инфляции или спадов, которые могут негативно повлиять на бизнес. Социальные факторы также влияют на бизнес, потому что клиенты могут менять свои тенденции и больше не хотят покупать через бизнес. Технология постоянно меняется, поэтому важно сосредоточиться на технологических факторах при изучении внешней среды. Кроме того, экологические факторы, вызванные изменением климата, сезонами или неблагоприятной погодой, еще больше влияют на бизнес. Наконец, юридические факторы, которые возникают в результате судебных процессов, могут повлиять на успех бизнеса. В целом важно учитывать факторы PESTEL при рассмотрении внешней среды, которая влияет на бизнес.

Политические факторы	-Жилая индустрия недвижимости является одной из доминирующих отраслей китайской национальной экономической системы и находится в полярном месте в современной экономической и социальной жизни. Примерно через 20 лет развитие этой отрасли в Китае превращается из системы размещения властных структур в коммерческий метод размещения жилья. Но, как следствие его важности в национальной экономической системе, в жилой индустрии недвижимости всегда влияют макроэкономическая политика провинции
----------------------	---

	<p>-Минимальный авансовый платеж для покупки 2-го места с 50 до 60 процентов стоимости имущества и одобрение запуска улучшений доходов от имущества в Шанхае и Чунцине. Власти предоставят по меньшей мере 100 000 недорогих квартир и предоставят субсидии 20 000 малообеспеченным домохозяйствам в течение двенадцати месяцев. Домашние хозяйства с низким и средним уровнем дохода могут спуститься, используя около 10 000 квартир с низкой арендой на терминале в течение двенадцати месяцев.</p>
<p>Экономические факторы</p>	<p>-Развитие китайской жилой недвижимости тесно связано со скоростью развития национальной экономической системы. Его тенденция развития и макроэкономическое развитие имеют положительную коррелятивность.</p> <p>-Юань станет валютой мировой корзины, которая будет способствовать приобретению банков и других стран на китайском рынке, что является отличным делом для Evergrande</p> <p>-В 2009 году Национальный комитет по реформе и развитию, а также раздел начала опубликования заявления под названием «КАТАЛОГ ДЛЯ РУКОВОДСТВА ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОТРАСЛЕЙ», чтобы ограничить иностранное инвестирование на вторичный рынок и существующий агент по недвижимости или агентскую компанию- Evergrande уже пережил все эти изменения, так как компания была создана в 2009 году.</p>
<p>Социальные факторы</p>	<p>-Быстрый рост населения и увеличение внеземного въезда, спрос на жилой дом будет иметь огромную тенденцию к подъему в следующие несколько старости, что дает хорошие шансы для жилого существа, стремящегося развивать себя.</p>

	- В результате быстрого развития китайской экономической системы в столицу и город образуется большая сумма населения в следующие несколько десятилетий. Это решительно сделает жилье, что базовый компонент жизни человека станет сравнительно пугающим и обеспечит огромный рынок жилой недвижимости.
Технологические факторы	С развитием современной информационной инженерии некоторые разведывательные здания появляются с помощью evergrande. Собственники этих зданий могут управлять всем домом просто ноутбуком или даже простым кочевым телефоном. Для иллюстрации, они могут открыть систему обогрева или заблокировать ветрозащитные устройства, даже если они находятся далеко от дома, что является шагом вперед в технологии и лидером на рынке
Экологические факторы	рынок недвижимости в Китае становится все более зрелым, популярность сознания охраны окружающей среды и потребности устойчивого развития могут негативно повлиять на операции Evergrande
Юридические факторы	У Evergrande были некоторые проблемы учета в передаваемом с тенистой тактикой, которая вовлекает манипуляцию финансовую учета в 2019 году. с тех пор они всегда находились под наблюдением правительственных агентств и что отрицательно сказываются на их бизнесе

*Пять сил Портера*

Важно учитывать конкурентные факторы, влияющие на бизнес-операции, а пять Сил Портера - отличный метод для анализа этих факторов. Во-первых, если есть низкая угроза для новых участников, это иллюстрирует конкурентный фактор, который необходимо учитывать при любом аспекте бизнеса. Далее, угрозы замещающей продукции или услуг показывают, следует ли компании относиться к другим продуктам на рынке. Кроме того, конкурентная способность клиентов может подтолкнуть цену проданной продукции, в то время как способность торговать поставщиками может вынудить компанию повысить цены на свою продукцию, чтобы учесть увеличение расходов. Конечным конкурентным фактором, который должен быть включен, является количество конкурентного соперничества, которое может повлиять на бизнес, чтобы изменить свой рынок, если в этом секторе существует слишком много конкурентов. Учитывая эти моменты, бизнес может определить, повлияют ли их большие конкурентные факторы на их бизнес

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
После того, как в 2001 году Китай вошел в ВТО, что барьеры для иностранных инвесторов вступают в китайские существующие рынки недвижимости намного	правительство является единственным владельцем неиспользуемых земель, поэтому Evergrande платит огромную плату за	конкуренция очень высока в 5 крупных компаниях в Китае, которые контролируют 70% рынка,	из-за более широкого распространения богатых и беспомощных в Китае, все больше и больше богатств накапливается	как было написано ранее в SWOT-анализе, нет никаких замен на рынках, есть только несколько компаний в Китае, которые разрабатывают недвижимость

ниже, чем раньше. тем не менее китайское правительство установило правила и положения, которые помогают только существующим предприятиям преуспеть. угроза новых участников без огромного капитала и признания почти не существует	строительство этих земель. это приводит к издержкам и негативно влияет на операции Evergrande	Evergrande в настоящее время занимает третью позицию и продолжает инвестировать, чтобы стать номером один в этом секторе экономики	определенными% людьми. что означает, что люди с низким доходом в Китае все еще не могут купить свои собственные дома. поэтому у покупателей действительно слабая покупательная способность	
--	---	--	--	--

### Финансовый анализ

CHINA EVERGRANDE GROUP (EGRNF) BALANCE SHEET								
Финансовый год заканчивается в декабре.	2014	2015		2016		2017		
Активы								
Недвижимость	18148	20642	2.73%	25789	1.91%	47454	2.69%	
Накопленная амортизация	-2643	-3922	-0.52%	-4956	-0.37%	-6621	-0.38%	
недвижимость, нетто(Итого)	15504	16720	2.21%	20833	1.54%	40833	2.32%	
Денежные средства и их эквиваленты	29847	103090	13.62%	198420	14.69%	152008	8.63%	

Ограниченные денежные средства	29651	60932	8.05%	105909	7.84%	135714	7.70%
Нематериальные активы	4242	4882	0.64%	7044	0.52%	1655	0.09%
Прочие активы	395217	571411	75.48%	1018662	75.41%	1431542	81.26%
Итого активы	474462	757035	100%	1350868	100%	1761752	100%
Обязательства и акционерный капитал							
пассивы							
Краткосрочные займы	79663	158744	20.97%	202906	15.02%	356381	20.23%
Долгосрочные кредиты	76401	138162	18.25%	332164	24.59%	376244	21.36%
Другие обязательства	206019	317987	42.00%	623266	46.14%	786919	44.67%
Всего обязательства	362084	614893	81.22%	1158336	85.75%	1519544	86.25%
Собственный капитал							
Обыкновенные акции	1021	971	0.13%	964	0.07%		
Добавочный капитал				42	0.00%	1270	0.07%
Нераспределенная прибыль	44250	42398	5.60%	38495	2.85%	56210	3.19%
Накопленный прочий совокупный доход	67107	98773	13.05%	153031	11.33%	184728	10.49%
Общий акционерный капитал	111357	142142	18.78%	192532	14.25%	242208	13.75%
Общие обязательства и собственный капитал	474462	757035	100%	1350868	100%	1761752	100%

CHINA EVERGRANDE GROUP отчет о прибылях и убытках						
Fiscal year ends in December.	2014	2015		2016		2017

Revenue	93672	111398	625.9%	133130	743.78%	211444	643.14%
Expenses			0.0%		0.00%		0.00%
Operating expenses	66783	80408	451.8%	95767	535.04%	152986	465.33%
Sales, General and administrative	7782	13192	74.1%	19464	108.74%	25581	77.81%
Total expenses	74566	93600	525.9%	115231	643.78%	178567	543.14%
Operating income	19106	17798	100%	17899	100%	32877	100%
Interest income	122	312	1.8%	1007	5.63%	2728	8.30%
Interest expenses	34	15	0.1%		0.00%	5329	16.21%
Other income (expense)	6202	13096	73.6%	12539	70.05%	6586	20.03%
Income before income taxes	25396	31191	175.3%	31445	175.68%	36862	112.12%
Provision for income taxes	11687	13175	74.0%	14105	78.80%	19245	58.54%
Net income from continuing operations	13709	18016	101.2%	17340	96.88%	17617	53.58%
Other	-1097	-5412	-30.4%	-6880	-38.44%	-12526	-38.10%
Net income	12612	12604	70.8%	10460	58.44%	5091	15.48%
Net income available to common shareholders	12612	12604	70.8%	10460	58.44%	5091	15.48%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Средний значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{Общая сумма обязательств})$	1.31	1.23	1.17	1.16	1.22

Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	$QR = (\text{Текущие активы} - \text{Инвентаризация}) / (\text{Текущие обязательства})$	1.27	1.21	1.15	1.06	1.17
Рентабельность активов (ROA)	$ROA = (\text{чистый доход}) / (\text{общие активы})$	2.66%	1.66%	0.77%	0.29%	1.35%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	$ROE = (\text{Чистый доход}) / (\text{Собственный капитал})$	11.32%	8.87%	5.43%	2.10%	6.93%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	$DPR = (\text{Годовой дивиденд на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	6.51%	17.52%	0	0	6%
Прибыль на акцию (EPS)	$EPS = (\text{Чистый доход} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / (\text{Средние выпущенные акции})$	0.79	0.85	0.71	0.37	0.68
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	$\text{Коэффициент P / E} = (\text{рыночная стоимость на (акцию)}) / (\text{Прибыль на акцию})$	2.81	5.85	7.52	14.42	7.65
Маржа прибыли (PM)	$PM = (\text{чистый доход}) / (\text{чистые продажи})$	49.66%	40.41%	33.26%	13.81%	34.29
Общий коэффициент	$TDR = (\text{Итого активы} - \text{общий капитал}) / (\text{Всего активов})$	0.77	0.81	0.86	0.86	0.83

задолженности (TDR)						
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Коэффициент Д / Е = Общая сумма обязательств / Общий капитал	3,25	4,32	6,01	6,27	4,95

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	China Evergrande Group имеет в средний CR 1,22, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 1,22 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. К счастью, у China Evergrande Group есть QR 1,17, что указывает на то, что они имеют \$ 1,17 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они все еще имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.
Рентабельность собственного капитала (ROE)	China Evergrande Group демонстрирует ROE в размере 6,93%, что указывает на то, что компания делает более \$0,07 за каждый доллар в капитале, который компания владеет

Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 1,35%, что указывает на то, что компания составляет почти 0,01 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	China Evergrande Group выдал дивиденды в размере 6% от чистой прибыли .
Прибыль на акцию (EPS)	China Evergrande Group испытал EPS в размере 0,83 долл. США в среднем в течение 2014, 2015, 2016, 2017 года
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E China Evergrande Group который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 2.81 раза прибыль на акцию за один запас China Evergrande Group . Это указывает на то, что люди уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM China Evergrande Group составляет 34.29%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,34 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.
Общий коэффициент задолженности (TDR)	China Evergrande Group имеет TDR 0,83, что означает, что компания не является рискованной. Berkshire Hathaway должен будет продать 83% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Несмотря на то, что компания и ее дочерние компании имеют только 83% долга, коэффициент D / E составляет 4.95. Это указывает на то, что China Evergrande Group финансируется в основном кредиторами и на много меньше инвесторами. Это может

быть индикатором того, что компания финансово рискованна. К счастью, у них высокий CR и QR, поэтому они легко могут погасить обязательства с активами.
--

Учитывая финансовые коэффициенты выше China Evergrande Group демонстрирует хорошие финансовые показатели. Во-первых, CR и QR показывают, что компания и ее дочерние компании могут иметь \$ 1,22 в активах с каждого доллара США в долгах, поэтому они могут без проблем расплатиться с долгами. Кроме того, компания имеет ROA в размере 1,35% и ROE в размере 6,93%, указав, что они делают положительную балансовую доходность активов и капитала компании. EPS составляет 0,68 долл. США. Большое отношение P / E указывает на то, что инвесторы готовы платить за высокие значения запасов. PM показывает, что China Evergrande Group дает 34,29% прибыли на доллар в своей компании и в своих дочерних компаниях. Наконец, China Evergrande Group и их дочерние компании должны будут продать 83% своих активов для оплаты своих обязательств, но их отношение D / E является очень высоким, что свидетельствует о том, что они больше поддерживаются долговыми обязательствами, чем инвесторами. В целом, China Evergrande Group иллюстрирует позитивные финансовые показатели, что делает эту компанию хорошей инвестиционной возможностью, но надо смотреть дальше.

Учитывая SWOT, PESTEL, Пять Сил Портера и финансовый анализ China Evergrande Group можем сказать что у них только проблема с финансированием, кредитов слишком много и это делает их финансовое положение хуже. Хотя некоторые негативные факторы связаны с SWOT, положительные аспекты перевешивают негативные последствия. Анализ PESTEL указывает на то, что компания имеет множество внешних факторов, которые следует учитывать, но они идентифицируют все эти факторы в своем отчете. Пять сил Портера иллюстрируют,

что China Evergrande Group и его дочерние компании работают в условиях жесткой конкуренции, поэтому они должны знать, что делают их конкуренты, чтобы удержать их рост. К счастью, большинство финансовых факторов компании поддерживают, что эта компания преуспевает.

### *WALMART INC.*



Walmart - крупнейший в мире розничный торговец с годовым доходом в размере около 500 миллиардов долларов и около 11 700 магазинов (включая суперконтейнеры, оптовые складские клубы и магазины малого формата). Фирма также расширяет сферу электронной коммерции (о чем свидетельствует недавнее приобретение Jet.com), но продажи через этот канал составляют около 5% от общей суммы. Продовольственные товары и расходные материалы составляют примерно половину продаж, а остальная часть - из общего ассортимента, включая топливо, жесткие линии, одежду, развлечения и товары для дома

### *Введение*

“Быть лучшим розничным продавцом в сердцах и умах потребителей и сотрудников.”

**Миссия**

«Экономия денег людей, чтобы они могли жить лучше».

**SWOT Анализ**

<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>Являясь крупнейшим розничным торговцем в мире, с непревзойденным масштабом операций и сильной рыночной властью над поставщиками и конкурентами.</p> <p>Международное присутствие</p> <p>Глобальный организационный размер</p> <p>Глобальная цепочка поставок</p> <p>Высокая эффективность цепочки поставок</p>	<p><b>слабые стороны</b></p> <p>Тонкая прибыль</p> <p>Легко скопированная бизнес-модель</p> <p>Компания является глобальной, но имеет присутствие в относительно немногих странах по всему миру.</p>
<p><b>Возможности</b></p> <p>Расширение в развивающихся странах</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Агрессивная конкуренция</p> <p>Тенденция здорового образа жизни</p>

<p>Совершенствование практики в области людских ресурсов</p> <p>Совершенствование стандартов качества</p>	<p>Мелкая / индивидуальная онлайн-продажа</p>
---	---

### ***PESTEL***

Удаленная среда Walmart или макро-среда включают факторы, которые определяют успех компании. Эти факторы лучше всего представлены в модели PESTEL. Как лидер розничной торговли Walmart продолжает противостоять потенциальным негативным последствиям угроз в политическом, экономическом, социокультурном, технологическом, экологическом и правовом аспектах своего бизнеса. Однако этот успех требует постоянной оценки среды розничной торговли. Эти факторы PESTEL также со временем меняются, что создает проблемы для Walmart. Эти изменения могут представлять угрозы или возможности. Walmart должен использовать возможности и защищаться от угроз. Используя анализ PESTEL, руководители и менеджеры Walmart могут определить, какие факторы должны быть приоритетными при разработке стратегии. Внешние факторы в отдаленной или макро-среде Walmart, основанные на анализе PESTEL, указывают на необходимость стратегического сосредоточения и внимания на экономических, социокультурных и экологических проблемах.

<p>Политические факторы</p>	<p>Высокая стабильность политики</p> <p>Политическая поддержка глобализации</p> <p>Политическое давление на более высокую заработную плату</p>
<p>Экономические факторы</p>	<p>Стабильность основных экономик</p> <p>Продолжающийся рост развивающихся стран</p> <p>Снижение безработицы в США</p>
<p>Социальные факторы</p>	<p>Тенденция здорового образа жизни</p> <p>Тенденция культурного разнообразия</p> <p>Городская миграция</p>
<p>Технологические факторы</p>	<p>Increasing business automation</p> <p>Business analytics or big data</p> <p>Increasing mobile device usage among consumers</p>
<p>Экологические факторы</p>	<p>Тенденция устойчивости бизнеса</p> <p>Тенденция благоприятствующая окружающей среде</p>
<p>Юридические факторы</p>	<p>Правила безопасности пищевых продуктов</p> <p>Положение о занятости</p> <p>Реформа налогового законодательства</p>

***Пять сил Портера***

Стратегическое направление Walmart основано на ответах компании на «Пять сил» в ее отраслевой среде. Фирме удалось занять лидирующие позиции в розничной торговле. Walmart теперь является крупнейшим розничным торговцем в мире. Walmart необходимо разработать стратегии, направленные на то, чтобы торговать покупателями и поставщиками. Эффективные стратегии также необходимы, чтобы фирма могла противостоять угрозам заменителей и новых участников. Несмотря на то, что Walmart добился успеха в этой отрасли, анализ пять сил Портера показывает, что компания должна продолжать развиваться, чтобы обеспечить долгосрочную жизнеспособность.

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
--	--	---------------------------------------	--	--

Низкая стоимость ведения бизнеса. Умеренные капитальные затраты. Умеренная стоимость разработки бренда	Большая численность поставщиков. Жесткая конкуренция между поставщиками. Высокая доступность питания. У большого населения поставщиков есть большой потенциал для воздействия на такие фирмы, как Walmart. Тем не менее, существует множество поставщиков, конкурирующих за ограниченное пространство в розничных магазинах. Кроме того, высокая доступность поставок затрудняет для поставщиков воздействие на розничные фирмы	Большое количество фирм на розничном рынке. Большое разнообразие розничных фирм. Высокая агрессивность розничных фирм. Walmart испытывает сильную силу этих трех внешних факторов в конкурентном соперничестве в среде розничной торговли.	Большое население покупателей. Малый размер индивидуальных покупок. Большое население покупателей оказывает сильную силу на Walmart и розничную торговлю. Однако слабая сила разнообразия покупателей и слабая сила мелких индивидуальных покупок противодействуют такому состоянию. По сути, рыночная сила покупателей слаба в влиянии на Walmart и других розничных фирм.	Значительная доступность заменителей. Низкое разнообразие заменителей. Более высокая стоимость заменителей.
--	---	--	---	---

### ***Финансовый анализ***

Внеоборотные активы							
Основные средства							
Земельные участки	26184	26261	12.89%	25624	12.84%	24801	12.47%

Светильники и оборудование	45756	47851	23.49%	49950	25.03%	51843	26.07%
Другие свойства	106738	108522	53.27%	112480	56.36%	114485	57.58%
Основные средства, по стоимости	178678	182634	89.66%	188054	94.22%	191129	96.13%
Накопленная амортизация	-60771	-65979	-32.39%	-71538	-35.84%	-76951	-38.70%
Основные средства, нетто	117907	116655	57.27%	116516	58.38%	114178	57.43%
доброжелательность	19510	18102	8.89%	16695	8.37%	17037	8.57%
Прочие долгосрочные активы	6149	5671	2.78%	6131	3.07%	9921	4.99%
Итого внеоборотные активы	143566	140428	68.94%	139342	69.82%	141136	70.99%
Итого активы	204751	203706	100%	199581	100%	198825	100%
пассивы							
Текущие обязательства							
Краткосрочный долг	11773	6402	3.14%	5453	2.73%	3355	1.69%
Капитальные вложения	309	287	0.14%	551	0.28%	565	0.28%
Кредиторская задолженность	37415	38410	18.86%	38487	19.28%	41433	20.84%
Налоги к уплате	3520	3613	1.77%	3065	1.54%	3737	1.88%
Начисленные обязательства	12762	13254	6.51%	13649	6.84%	13916	7.00%
Прочие текущие обязательства	3566	3306	1.62%	3414	1.71%	3922	1.97%
Итого краткосрочные обязательства	69345	65272	32.04%	64619	32.38%	66928	33.66%
Долгосрочные обязательства			0.00%		0.00%		0.00%
Долгосрочные кредиты	41771	41086	20.17%	38214	19.15%	36015	18.11%
Капитальные вложения	2788	2606	1.28%	5816	2.91%	6003	3.02%

Отложенные налоговые обязательства	8017	8805	4.32%	7321	3.67%	9344	4.70%
Интерес меньшинства	5084	4543	2.23%	3065	1.54%	2737	1.38%
Прочие долгосрочные обязательства	-3593	-4543	-2.23%	-3065	-1.54%	-2737	-1.38%
Итого долгосрочные обязательства	54067	52497	25.77%	51351	25.73%	51362	25.83%
Всего обязательства	123412	117769	57.81%	115970	58.11%	118290	59.49%
Собственный капитал							
Обыкновенные акции	323	323	0.16%	317	0.16%	305	0.15%
Добавочный капитал	2362	2462	1.21%	1805	0.90%	2371	1.19%
Нераспределенная прибыль	81650	90320	44.34%	93086	46.64%	92091	46.32%
Накопленный прочий совокупный доход	-2996	-7168	-3.52%	-11597	-5.81%	-14232	-7.16%
Общий акционерный капитал	81339	85937	42.19%	83611	41.89%	80535	40.51%
Общие обязательства и собственный капитал	204751	203706	100%	199581	100%	198825	100%

WALMART INC (WMT) отчет о прибылях и убытках							
	2014-01	2015-01		2016-01		2017-01	
доходов	476294	485651	402.81%	482130	397.97%	485873	389.89%
Стоимость дохода	358069	365086	302.81%	360984	297.97%	361256	289.89%
Валовая прибыль	118225	120565	100%	121146	100%	124617	100%
Операционные расходы							
Продажи, общие и административные	91353	93418	77.48%	97041	80.10%	101853	81.73%
Операционные расходы	91353	93418	77.48%	97041	80.10%	101853	81.73%

Операционный доход	26872	27147	22.52%	24105	19.90%	22764	18.27%
Расходы в процентах	2335	2461	2.04%	2548	2.10%	2367	1.90%
Прочие доходы (расходы)	119	113	0.09%	81	0.07%	100	0.08%
Доход до налога на прибыль	24656	24799	20.57%	21638	17.86%	20497	16.45%
Положения по налогу на прибыль	8105	7985	6.62%	6558	5.41%	6204	4.98%
Интерес меньшинства	673	736	0.61%	386	0.32%	650	0.52%
Другие доходы	673	736	0.61%	386	0.32%	650	0.52%
Чистая прибыль от продолжающихся операций	16551	16814	13.95%	15080	12.45%	14293	11.47%
Чистая прибыль от прекращения операций	144	285	0.24%		0.00%		0.00%
Другие	-673	-736	-0.61%	-386	-0.32%	-650	-0.52%
Чистый доход	16022	16363	13.57%	14694	12.13%	13643	10.95%
Чистая прибыль, доступная для простых акционеров	16022	16363	13.57%	14694	12.13%	13643	10.95%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Средний значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{Общая сумма обязательств})$	1.66	1.73	1.72	1.68	1.70
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	$QR = (\text{Текущие активы} - \text{Инвентаризация}) / (\text{Текущие обязательства})$	1.50	1.57	1.58	1.54	1.55

Рентабельность активов (ROA)	$ROA = (\text{чистый доход}) / (\text{общие активы})$	7.83%	8.03%	7.36%	6.86%	7.52%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	$ROE = (\text{Чистый доход}) / (\text{Собственный капитал})$	19.70%	19.04%	17.57%	16.94%	18.31%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	$DPR = (\text{Годовой дивиденд на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	39.79%	41.85%	43.26%	53.99%	44.75%
Прибыль на акцию (EPS)	$EPS = (\text{Чистый доход} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / (\text{Средние выпущенные акции})$	4.9	5.07	4.58	4.4	4.7
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	$\text{Коэффициент P / E} = (\text{рыночная стоимость на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	17.89	13.15	15.03	26.26	
Маржа прибыли (PM)	$PM = (\text{чистый доход}) / (\text{чистые продажи})$	64.98%	65.98%	67.90%	66.56%	66.35
Общий коэффициент задолженности (TDR)	$TDR = (\text{Итого активы} - \text{общий капитал}) / (\text{Всего активов})$	0.60	0.57	0.58	0.59	0.59

Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Коэффициент Д / E = Общая сумма обязательств / Общий капитал	1.52	1.37	1.39	1.46	1.44
--	---	------	------	------	------	------

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	Walmart имеет в средний CR 1,70, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 1,70 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. К счастью, у Walmart есть QR 1,55, что указывает на то, что они имеют \$ 1,55 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они все еще имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Walmart демонстрирует ROE в размере 18.31%, что указывает на то, что компания делает более \$0,18 за каждый доллар в капитале, которым компания владеет
Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 7.52% для Walmart, что указывает на то, что компания составляет почти 0,08 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	Walmart выдал в среднем 44% на дивиденды в последние 4 года
Прибыль на акцию (EPS)	Walmart испытал EPS в размере 4,7 долл. США в средней в течение 2014, 2015, 2016, 2017 года

Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E Walmart, который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 7,65 раза прибыль на акцию за один запас Walmart. Это указывает на то, что люди очень уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM Walmart составляет 66,35%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,66 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.
Общий коэффициент задолженности (TDR)	Walmart имеет TDR 0,59, что означает, что компания не является рискованной. Walmart должен будет продать 59% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Несмотря на то, что компания и ее дочерние компании имеют только 53% долга, коэффициент D / E составляет 1,44. Это указывает на то, что Walmart финансируется в основном кредиторами и меньше инвесторами. Это может быть индикатором того, что компания финансово рискованна. К счастью, у них высокий CR и QR, поэтому они легко могут погасить обязательства с активами.

## *NIKE INC.*



### *Описание деятельности*

Nike - крупнейший в мире дизайнер и оптовик спортивной обуви и одежды. Фирма продает более 50 000 розничных счетов через сеть из более чем 1 142 принадлежащих компании магазинов (около 30% выручки, включая онлайн-продажи), а также независимых дистрибьюторов и лицензиатов в 170 странах. На долю продаж

Nike в Северной Америке приходится 43% доходов, за ними следуют Западная Европа (18%), развивающиеся рынки (12%) и Китай (13%), а остальные - Япония и Центральная и Восточная Европа. Марка Converse составляет 6% от продаж.

### ***Видение***

“Помочь NIKE, Inc. и нашим потребителям процветать в устойчивой экономике, где люди, прибыль и планета находятся в равновесии.”

### ***Миссия***

“Принимая вдохновение и инновации в каждой атлете в мире”

### ***SWOT Анализ***

Руководство Nike Inc. на мировой спортивной обуви, оборудовании и рынке одежды показывает значимость его сильных сторон в борьбе с другими гигантами, такими как Adidas. SWOT-анализ Nike описывает, как эти сильные стороны связаны с слабыми сторонами, возможностями и угрозами компании. Основанная в 1964 году как Blue Ribbon Sports, Nike Inc. теперь является одним из крупнейших игроков на рынке спортивной обуви. Понимание сильных и слабых сторон компании (внутренних стратегических факторов), а также недостатков и угроз (внешних стратегических факторов) дает представление о том, как производственный и розничный бизнес может достичь глобального успеха, несмотря на жесткую конкуренцию.

В SWOT-анализ Nike Inc. подчеркивается важность разработки продукта для поддержания конкурентного преимущества. Однако, результаты этого SWOT-анализа указывают на некоторые возможные новые стратегические направления для дальнейшего повышения глобальной производительности и лидерства Nike.

<p><b>Сильные стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сильное изображение бренда</li> <li>• Быстрые инновационные процессы</li> <li>• Обширная глобальная производственная и распределительная сеть</li> </ul>	<p><b>слабые стороны</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Трудовые споры</li> <li>• Ограничения в ассортименте продукта</li> <li>• Ограниченное присутствие на развивающихся рынках</li> </ul>
<p><b>Возможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Совершенствование практики трудоустройства / занятости</li> <li>• Улучшить ассортимент продукции</li> <li>• Увеличение присутствия на рынке в развивающихся странах</li> </ul>	<p><b>Угрозы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Жесткая конкуренция</li> <li>• Быстрые технологические инновации</li> <li>• имитация</li> </ul>

Этот SWOT-анализ компании Nike Inc. показывает, что у компании есть сильные стороны, необходимые для поддержки ее глобального лидерства на рынке спортивной обуви, оборудования и одежды. Однако компания должна учитывать проблемы, связанные с конкуренцией, трудовыми практиками, имитацией и патентной защитой. Таким образом, рекомендуется, чтобы Nike Inc. реформировала свои стратегии в этих областях. Компания также должна сотрудничать с правительственными подразделениями для решения вопросов защиты патентов.

## ***PESTEL***

Рост Nike Inc. частично зависит от внешних условий. Эти условия описаны в этом PESTEL Analysis компании. Модель PESTEL идентифицирует внешние факторы, которые предоставляют возможности и угрозы в удаленной или макро-среде. В случае Nike Inc. анализ PESTEL перечисляет такие внешние факторы, которые влияют на стратегические процессы принятия решений компанией. Компания Nike Inc., являясь одной из крупнейших фирм в мировой спортивной обуви, на рынке одежды и оборудования, должна учитывать эти внешние факторы, чтобы обеспечить доминирование бизнеса в отрасли, особенно учитывая присутствие агрессивных конкурентов, таких как Adidas.

Анализ PESTEL Nike Inc. определяет ключевые проблемы, которые компания должна включить в свою стратегическую формулировку. Чтобы сохранить свое положение на рынке спортивной обуви, компания Nike Inc. должна учитывать возможности и угрозы, основанные на внешних факторах, которые определяют условия его удаленной или макросреды.

Политические факторы	Стабильный политический климат на большинстве основных рынков. Расширение политики свободной торговли. Улучшение государственной поддержки инфраструктуры.
Экономические факторы	Экономическая стабильность развитых рынков. Быстрый рост развивающихся рынков. Замедление китайской экономики.

Социальные факторы	Увеличение индивидуального благосостояния в развивающихся странах. Удаление большего внимания безопасности продукта. Улучшение позитивного отношения к досугу.
Технологические факторы	Увеличение инвестиций в исследования и разработки среди фирм. Быстрое технологическое устаревание. Широкое использование мобильных технологий.
Экологические факторы	Расширение экологического права. Изменение климата. Повышение устойчивости стратегий между фирмами.
Юридические факторы	Совершенствование законодательства о занятости в развивающихся странах Расширение потребительского законодательства в развивающихся странах Расширение правил охраны здоровья и безопасности

### ***Пять сил Портера***

Nike Inc. продолжает свой путь роста как ведущий игрок на мировом рынке спортивной обуви, одежды и оборудования. Анализ пяти сил Nike Inc. показывает наиболее значительные силы, определяющие стратегии компании. Майкл Портер разработал модель «Пять сил», чтобы понять влияние внешних факторов на бизнес. В случае Nike эти пять сил указывают на конкуренцию как один из самых значительных внешних факторов. Основанная в 1964 году, компании удастся сохранить лидирующие позиции в международной индустрии. Однако

силы и соответствующие внешние факторы, перечисленные в этом анализе пяти сил, должны оставаться в числе стратегических соображений Nike Inc.

Nike Inc. занимает первое место на мировом рынке спортивной обуви, оборудования и одежды. Анализ пяти сил, основанный на модели Майкла Портера, указывает на то, что конкуренция, клиенты и заменители являются наиболее важными внешними силами в промышленной среде Nike.

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
Высокая стоимость развития бренда. Высокая экономия от масштаба. Умеренная стоимость ведения бизнеса.	Высокий общий запас. Большое население поставщиков. Умеренный размер отдельных поставщиков.	Низкий темп роста рынка. Высокая агрессивность фирм. Умеренное количество фирм.	Низкие затраты на коммутацию. Умеренная запасная доступность. Малый размер индивидуальных покупателей.	Умеренная доступность заменителей. Умеренная производительность за цену заменителей. Низкие затраты на коммутацию.

### **Финансовый анализ**

NIKE INC B (NKE) БАЛАНС							
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Финансовый год заканчивается в мае. USD в миллионах	2014-05	2015-05		2016-05		2017-05	
Активы							
Текущие активы							
М с Денежные средства и их эквиваленты	2220	3852	17.83%	3138	14.67%	3808	16.37%
Краткосрочные инвестиции	2922	2072	9.59%	2319	10.84%	2371	10.19%
Всего наличными	5142	5924	27.43%	5457	25.50%	6179	26.57%
задолженность	3434	3358	15.55%	3241	15.15%	3677	15.81%
Товарно-материальные запасы	3947	4337	20.08%	4838	22.61%	5055	21.73%
Отложенные налоги на прибыль	355	389	1.80%		0.00%		0.00%
Предоплачиваемые затраты	818	1968	9.11%	1489	6.96%	1150	4.94%
Итого оборотные активы	13696	15976	73.96%	15025	70.22%	16061	69.05%
Внеоборотные активы							
Основные средства							
Валовые основные средства	6220	6352	29.41%	7038	32.89%	7958	34.21%
Накопленная амортизация	-3386	-3341	-15.47%	-3518	-16.44%	-3969	-17.06%
Чистые основные средства	2834	3011	13.94%	3520	16.45%	3989	17.15%
доброжелательность	131	131	0.61%	131	0.61%	139	0.60%
Нематериальные активы	282	281	1.30%	281	1.31%	283	1.22%
Отложенные налоги на прибыль	1651	2201	10.19%	2439	11.40%	2787	11.98%
Итого внеоборотные активы	4898	5624	26.04%	6371	29.78%	7198	30.95%
Итого активы	18594	21600	100%	21396	100%	23259	100%

пассивы							
Текущие обязательства							
Краткосрочный долг	174	181	0.84%	45	0.21%	331	1.42%
Кредиторская задолженность	1930	2131	9.87%	2191	10.24%	2048	8.81%
Налоги к уплате	636	245	1.13%	244	1.14%	280	1.20%
Начисленные обязательства	1211	2378	11.01%	1502	7.02%	1476	6.35%
Прочие текущие обязательства	1076	1399	6.48%	1376	6.43%	1339	5.76%
Итого краткосрочные обязательства	5027	6334	29.32%	5358	25.04%	5474	23.53%
Долгосрочные обязательства			0.00%		0.00%		0.00%
Долгосрочные кредиты	1199	1079	5.00%	2010	9.39%	3471	14.92%
Отложенные налоговые обязательства	1544	1480	6.85%	1770	8.27%	1907	8.20%
Итого долгосрочные обязательства	2743	2559	11.85%	3780	17.67%	5378	23.12%
Всего обязательства	7770	8893	41.17%	9138	42.71%	10852	46.66%
Собственный капитал			0.00%		0.00%		0.00%
Добавочный капитал	5868	6776	31.37%	7789	36.40%	8641	37.15%
Нераспределенная прибыль	4871	4685	21.69%	4151	19.40%	3979	17.11%
Накопленный прочий совокупный доход	85	1246	5.77%	318	1.49%	-213	-0.92%
Общий акционерный капитал	10824	12707	58.83%	12258	57.29%	12407	53.34%
Общие обязательства и собственный капитал	18594	21600	100%	21396	100%	23259	100%

NIKE INC B (NKE) отчет о прибылях и убытках

Финансовый год заканчивается в мае. USD в миллионах	2014	2015		2016		2017-	
доходов	27799	30601	217.5%	32376	216.26%	34350	224.3%
Стоимость дохода	15353	16534	117.5%	17405	116.26%	19038	124.3%
Валовая прибыль	12446	14067	100%	14971	100%	15312	100%
Операционные расходы							
Продажи, общие и административные	8766	9892	70.32%	10469	69.93%	10563	68.99%
Операционные расходы	8766	9892	70.32%	10469	69.93%	10563	68.99%
Операционный доход	3680	4175	29.68%	4502	30.07%	4749	31.01%
Прочие доходы (расходы)	-136	30	0.21%	121	0.81%	137	0.89%
Доход перед налогами	3544	4205	29.89%	4623	30.88%	4886	31.91%
Положения по налогу на прибыль	851	932	6.63%	863	5.76%	646	4.22%
Чистая прибыль от продолжающихся операций	2693	3273	23.27%	3760	25.12%	4240	27.69%
Другие			0.00%		0.00%		0.00%
Чистый доход	2693	3273	23.27%	3760	25.12%	4240	27.69%
Чистая прибыль, доступная для простых акционеров	2693	3273	23.27%	3760	25.12%	4240	27.69%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Средний значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{Общая сумма обязательств})$	2,72	2,52	2,80	2,93	2,74

Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	$QR = (\text{Текущие активы} - \text{Инвентаризация}) / (\text{Текущие обязательства})$	1.93	1.83	1.90	2.01	1.92
Рентабельность активов (ROA)	$ROA = (\text{чистый доход}) / (\text{общие активы})$	14.48%	15.15%	17.57%	18.23%	16.36%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	$ROE = (\text{Чистый доход}) / (\text{Собственный капитал})$	24.87%	25.76%	30.67%	34.17%	28.87%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	$DPR = (\text{Годовой дивиденд на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	30%	28.35%	28.83%	30.64%	29.46%
Прибыль на акцию (EPS)	$EPS = (\text{Чистый доход} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / (\text{Средние выпущенные акции})$	1.52	1.9	2.21	2.56	2.05
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	$\text{Коэффициент } P / E = (\text{рыночная стоимость на (акцию)}) / (\text{Прибыль на акцию})$	30.05	31.65	22.90	26.62	27.81
Маржа прибыли (PM)	$PM = (\text{чистый доход}) / (\text{чистые продажи})$	9.7%	10.70%	11.61%	12.34%	11.09%
Общий коэффициент	$TDR = (\text{Итого активы} - \text{общий капитал}) / (\text{Всего активов})$	0.42	0.42	0.43	0.47	0.44

задолженности (TDR)						
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Коэффициент Д / E = Общая сумма обязательств / Общий капитал	0.72	0.70	0.75	0.87	0.76

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	Nike Inc имеет в средний CR 2.74, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 2.74 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. К счастью, у Nike Inc есть QR 1.92, что указывает на то, что они имеют \$ 1.92 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они все еще имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.
Рентабельность собственного капитала (ROE)	Nike Inc демонстрирует ROE в размере 28.87%, что указывает на то, что компания делает более \$0,28 за каждый доллар в капитале, который компания владеет
Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 16.36% для Nike Inc что указывает на то, что компания составляет почти 0,17 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	Nike Inc выплатил около 30% от прибыли

Прибыль на акцию (EPS)	Nike Inc испытал EPS в размере 2,05 долл. США в средней в течение 2014, 2015, 2016, 2017 года
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E Nike Inc который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 27,81 раза прибыль на акцию за один запас Nike Inc. Это указывает на то, что люди очень уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM Nike Inc составляет 11,09%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,11 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.
Общий коэффициент задолженности (TDR)	Nike Inc имеет TDR 0,44, что означает, что компания не является рискованной. Nike Inc должен будет продать 44% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Nike Inc и ее дочерние компании имеют только 44% долга, коэффициент D / E составляет 0,76. Это указывает на то, что Nike Inc финансируется в основном инвесторами и меньше кредиторами. Это очень хорошим индикатором того, что компания финансово нерискованная. Еще, К счастью, у них высокий CR и QR, поэтому они легко могут погасить обязательства с активами тоже.

## *Volkswagen AG*



**Volkswagen**

### *Описание деятельности*

Volkswagen является одним из крупнейших в мире производителей автомобилей. Автомобильные бренды включают легковые автомобили Volkswagen, Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, SEAT и Skoda. Марка коммерческих автомобилей включает MAN, Scania и Volkswagen. Группа финансовых услуг компании предоставляет дилерское финансирование для поддержки планов этажей, потребительского финансирования закупок автомобилей и других финансовых услуг.

### ***Видение***

“Мы являемся ведущим мировым лидером в области устойчивой мобильности.”

### ***Миссия***

“Мы предлагаем заказчикам мобильные решения для мобильных устройств.”

“Мы обслуживаем разнообразные потребности наших клиентов с портфелем сильных брендов.”

“Мы берем на себя ответственность за окружающую среду, безопасность и социальные проблемы.”

“Мы действуем честно и строим на надежности, качестве и страсти в качестве основы нашей работы.”

### ***SWOT Анализ***

После бурного 2015 года Volkswagen установил новые рекорды в 2017 году. Дизельный скандал оказал горькое влияние на репутацию и бизнес-бренд, а 2017 год стал годом перестройки, когда предприятия поставили перед собой новые цели и сформулировали стратегию для нового направления. Даже в условиях жесткой конкуренции и сложной бизнес-среды во всем мире бренд установил новые показатели продаж автомобилей. Однако на операционную прибыль снова повлияли некоторые конкретные проблемы, в том числе вопрос о дизельном топливе. Бизнес Volkswagen AG делится на два разных раздела или подразделения, включая автоматы

и финансовые подразделения. В Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдается рост продаж автомобилей. Однако расследование в вопросе дизельного топлива продолжилось в 2017 году, усиливая давление со стороны юридических вопросов. Audi выглядит самым счастливым брендом во всем портфеле Volkswagen AG, и помимо продаж рекордов он также выпустил новые модели в 2017 году. Это SWOT-анализ, анализирующий сильные и слабые стороны, возможности и угрозы перед Volkswagen AG.

<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>Международное присутствие</p> <p>Изображение бренда</p> <p>Крупный портфель продуктов</p> <p>Увеличение продаж по всему миру</p> <p>Фокус на технологические инновации</p> <p>Управление персоналом</p>	<p><b>слабые стороны</b></p> <p>Изображение и репутация, запятнанные дизельным скандалом</p> <p>Снижение операционной прибыли из-за повышенных проблем с соблюдением</p>
<p><b>Возможности</b></p> <p>Растущий спрос на легковые автомобили в Азиатско-Тихоокеанском регионе.</p> <p>Устойчивые технологии.</p> <p>Реструктуризация и партнерство.</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Тяжелая конкуренция</p> <p>Юридические и соответствие вопросы</p> <p>Экономические колебания</p>

## ***PESTEL***

Политические факторы	-торговая политика разных стран может негативно повлиять на деятельность Volkswagen -Угрозы США установкой налогов на Европейский импорт автомобилей
Экономические факторы	-благоприятные условия работы для автомобильных компаний -неопределенность в экономических условиях -Поднятия экономических условий некоторых регионов -банковские и финансовые услуги широко доступны практически везде
Социальные факторы	-Потеря доверия и имидж бренда -управление человеческими ресурсами
Технологические факторы	-высококонкурентная и развитая рабочая сила -постоянные инвестиции в НИОКР
Экологические факторы	-законы о выбросах углерода могут повлиять на компанию -автомобильные компании негативно воспринимаются своим воздействием на окружающую среду
Юридические факторы	-потенциальный запрет на дизельные автомобили может негативно повлиять на прибыль -финансовые и репутационные последствия несоблюдения норм загрязнения

## **Пять сил Портера**

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
<p>требуется большой объем капитала. трудно добиться эффекта масштаба. требуется время, чтобы стать брендом. Патенты, которые охватывают жизненно важные технологии, затрудняют появление новых конкурентов, потому что лучшие методы запатентованы.</p>	<p>Высокий уровень конкуренции между поставщиками способствует снижению цен производителей. Это позитив для Volkswagen. Высокий уровень конкуренции среди поставщиков (Volkswagen)» будет иметь долгосрочное положительное влияние на эту компанию, что добавляет ее ценность.</p>	<p>Правительственная политика и нормативные акты могут диктовать уровень конкуренции в отрасли. Быстрый рост промышленности положительно влияет на Volkswagen.</p>	<p>Неупругость спроса положительно влияет на Volkswagen. Настройка покупателя положительно влияет на Volkswagen. Ограниченная информация о покупателе положительно влияет на Volkswagen</p>	<p>Когда продукты и услуги отличаются друг от друга, клиенты с меньшей вероятностью могут найти сопоставимый продукт или услуги, соответствующие их потребностям. Это позитив для Volkswagen. Ограниченное количество заменителей означает, что клиенты не могут легко найти другие продукты или услуги, которые отвечают их потребностям</p>

### **Финансовый анализ**

VOLKSWAGEN AG (VLKPF) Баланс							
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014-12	2015-12		2016-12		2017-12	
Активы							
Текущие активы							
Денежные средства							
Денежные средства и их эквиваленты	19124	20872	5.46%	19264	4.70%	18457	4.37%
Краткосрочные инвестиции	13469	18684	4.89%	21695	5.29%	19725	4.67%
Всего наличными задолженность	32593	39556	10.36%	40959	10.00%	38182	9.04%
Товарно-материальные запасы	55869	58021	15.19%	61860	15.10%	66503	15.75%
Прочие оборотные активы	31466	35048	9.18%	38978	9.51%	40415	9.57%
Прочие оборотные активы	11174	12762	3.34%	13925	3.40%	15012	3.56%
Итого оборотные активы	131102	145387	38.07%	155722	38.01%	160112	37.92%
Внеоборотные активы							
Основные средства							
Валовые основные средства	163671	181950	47.64%	199973	48.81%	207796	49.22%
Накопленная амортизация	-89916	-98606	-	-	-	-	-
Чистые основные средства	73755	83344	25.82%	107500	26.24%	113300	26.84%
Чистые основные средства	73755	83344	21.82%	92473	22.57%	94496	22.38%
доброжелательность	23577	23646	6.19%	23559	5.75%	23443	5.55%
Нематериальные активы	36358	37501	9.82%	39040	9.53%	39976	9.47%
Отложенные налоги на прибыль	5878	8026	2.10%	9756	2.38%	9810	2.32%
Прочие долгосрочные активы	80538	84031	22.00%	89182	21.77%	94356	22.35%
Итого внеоборотные активы	220106	236548	61.93%	254010	61.99%	262081	62.08%
Итого активы	351208	381935	100%	409732	100%	422193	100%
Обязательства и акционерный капитал							
пассивы							
Текущие обязательства							
Краткосрочный долг	41177	46915	12.28%	57388	14.01%	52502	12.44%
Капитальные вложения	34	40	0.01%	53	0.01%	51	0.01%
Кредиторская задолженность	19530	20461	5.36%	22794	5.56%	23046	5.46%

Отложенные налоги на прибыль	2791	1301	0.34%	1301	0.32%	1397	0.33%
Налоги к уплате	2300	2303	0.60%	3111	0.76%	2731	0.65%
Прочие текущие обязательства	64874	77469	20.28%	92868	22.67%	80662	19.11%
Итого краткосрочные обязательства	130706	148489	38.88%	177515	43.32%	160389	37.99%
Долгосрочные обязательства							
Долгосрочные кредиты	67074	71719	18.78%	63113	15.40%	79085	18.73%
Капитальные вложения	362	431	0.11%	486	0.12%	428	0.10%
Отложенные налоговые обязательства	7989	8373	2.19%	8301	2.03%	8666	2.05%
Начисленные обязательства	527	663	0.17%	750	0.18%	844	0.20%
Отложенные доходы	146	150	0.04%	572	0.14%	694	0.16%
Пенсии и другие льготы	29829	27564	7.22%	33047	8.07%	32768	7.76%
Интерес меньшинства	198	210	0.05%	221	0.05%	229	0.05%
Прочие долгосрочные обязательства	24189	36066	9.44%	32817	8.01%	30013	7.11%
Итого долгосрочные обязательства	130314	145176	38.01%	139307	34.00%	152727	36.17%
Всего обязательства	261020	293665	76.89%	316822	77.32%	313116	74.16%
Собственный капитал							
Добавочный капитал	1218	1283	0.34%	1283	0.31%	1283	0.30%
Нераспределенная прибыль	71197	69039	18.08%	70446	17.19%	81367	19.27%
Накопленный прочий совокупный доход	17773	17948	4.70%	21181	5.17%	26427	6.26%
Общий акционерный капитал	90188	88270	23.11%	92910	22.68%	109077	25.84%
Общие обязательства и собственный капитал	351208	381935	100%	409732	100%	422193	100%

VOLKSWAGEN AG (VLKPF) отчет о прибылях и убытках							
Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014	2015		2016		2017	
доходов	202458	213292	628.99%	217268	529.95%	230682	542.2%
Стоимость дохода	165934	179382	528.99%	176270	429.95%	188140	442.2%
Валовая прибыль	36524	33910	100%	40998	100%	42542	100%
Операционные расходы							

Продажи, общие и административные	27133	30712	90.57%	30036	73.26%	30964	72.78%
Прочие операционные расходы	-2739	4436	13.08%	2633	6.42%	-1865	-4.38%
Операционные расходы	24394	35148	103.65%	32669	79.68%	29099	68.40%
Операционный доход	12130	-1238	-3.65%	8329	20.32%	13443	31.60%
Расходы в процентах	2658	2394	7.06%	2437	5.94%	2317	5.45%
Прочие доходы (расходы)	5322	2331	6.87%	1400	3.41%	2787	6.55%
Доход перед налогами	14794	-1301	-3.84%	7292	17.79%	13913	32.70%
Положения по налогу на прибыль	3726	59	0.17%	1912	4.66%	2275	5.35%
Чистая прибыль от продолжающихся операций	11068	-1361	-4.01%	5379	13.12%	11638	27.36%
Чрезвычайные предметы	-138	-212	-0.63%	-225	-0.55%	-274	-0.64%
Другие	-359	-433	-1.28%	-460	-1.12%	-558	-1.31%
Чистый доход	10847	-1582	-4.67%	5144	12.55%	11354	26.69%
Чистая прибыль, доступная для простых акционеров	10847	-1582	-4.67%	5144	12.55%	11354	26.69%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Средний значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{Текущие обязательства})$	1.03	0.98	0.88	1.00	0.97
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	$QR = (\text{Текущие активы} - \text{Инвентаризация}) / (\text{Текущие обязательства})$	0.76	0.74	0.65	0.75	0.73

Рентабельность активов (ROA)	$ROA = (\text{чистый доход}) / (\text{общие активы})$	3.10%	-0.41%	1.26%	2.69%	1.66%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	$ROE = (\text{Чистый доход}) / (\text{Собственный капитал})$	12.03%	-1.79%	5.54%	10.41%	6.54%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	$DPR = (\text{Годовой дивиденд на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	18.18%	39.06%	18.03%	14.46%	22.43%
Прибыль на акцию (EPS)	$EPS = (\text{Чистый доход} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / (\text{Средние выпущенные акции})$	21.84	-3.2	10.24	22.63	12.88
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	$\text{Коэффициент P / E} = (\text{рыночная стоимость на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	7.99	11.35	122.32	11.76	38.36
Маржа прибыли (PM)	$PM = (\text{чистый доход}) / (\text{чистые продажи})$	5.35%	-0.74	2.37%	4.92%	2.98%
Общий коэффициент задолженности (TDR)	$TDR = (\text{Итого активы} - \text{общий капитал}) / (\text{Всего активов})$	0.74	0.76	0.77	0.74	0.75

Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Коэффициент Д / E = Общая сумма обязательств / Общий капитал	2.90	3.33	3.41	2.87	3.13
--	--	------	------	------	------	------

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	VOLKSWAGEN AG имеет в средний CR 0.97, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 0.97 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они не имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. у VOLKSWAGEN AG есть QR 0,73, что указывает на то, что они имеют \$ 0,73 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они не все еще имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.
Рентабельность собственного капитала (ROE)	VOLKSWAGEN AG демонстрирует ROE в размере 6,54%, что указывает на то, что компания делает более \$0,06 за каждый доллар в капитале, который компания владеет
Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 1,66% для VOLKSWAGEN AG, что указывает на то, что компания составляет почти 0,01 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	VOLKSWAGEN AG выплатил 22.44% в средней за последние 4 года
Прибыль на акцию (EPS)	VOLKSWAGEN AG испытал EPS в размере 12,88 долл. США в средней в течение 2014, 2015,2016,2017 года

Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E VOLKSWAGEN AG, который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 38 раза прибыль на акцию за один запас VOLKSWAGEN AG. Это указывает на то, что люди очень уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM VOLKSWAGEN AG составляет 2,98%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,03 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.
Общий коэффициент задолженности (TDR)	VOLKSWAGEN AG имеет TDR 0,76, что означает, что компания не является рискованной. VOLKSWAGEN AG должен будет продать 76% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Несмотря на то, что компания и ее дочерние компании имеют только 53% долга, коэффициент D / E составляет 3,13. Это указывает на то, что VOLKSWAGEN AG финансируется в основном кредиторами и меньше инвесторами. Это может быть индикатором того, что компания финансово рискованна. Эти значения на много выше чем в других кампаниях и в общем

### ***Christian Dior***

Christian Dior - холдинговая компания, обладающая полной властью над Christian Dior Couture и контрольный пакет акций LVMH. Christian Dior Couture продает одежду, кожаные изделия, украшения и аксессуары под различными брендами Dior. Большинство продаж осуществляется через собственные розничные магазины. Через LVMH в компании работают следующие бизнес-группы: вина и спиртные напитки, модные и кожаные товары, часы и ювелирные изделия, парфюмерию и косметику, а также выборочную розничную торговлю. LVMH имеет десятки известных брендов на всех его предприятиях, включая Dom Perignon, Hennessy, Louis Vuitton, Fendi, TAG Heuer и Sephora. Выручка компании распространяется по всей Европе, Азии и Соединенным Штатам

## ***Видение***

“стать самым популярным в мире брендом во всех продуктах, которые улучшают образ жизни”

## ***Миссия***

Мы стремимся создать среду, которая является приятной, приветствующей и побуждает клиентов использовать их творчество и исследовать их личные стили. Мы стремимся предоставить нашим клиентам высококачественные рекламные товары по всему миру

## ***SWOT Анализ***

<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>Christian Dior имеет сильное наследие более полувека и сильное присутствие на различных дорожных авеню по всему миру с более чем 200 полностью принадлежащими точками продажи.</p> <p>Бренд успешно прошел во все жизненные линии, такие как парфюмерия, обувь, очки.</p> <p>Приобретение Louis Vuitton одной из крупнейших роскошных фирм в мире было большим плюсом для бренда.</p> <p>Хранилища концепции Christian Dior с каждым магазином, имеющим уникальную тему, придают бренду уникальную индивидуальность</p> <p>Сильное фирменное наименование и репутация во всем мире</p> <p>Превосходный брендинг и реклама через ТВЦ и печатные объявления делают Christian Dior популярным брендом.</p>	<p><b>слабые стороны</b></p> <p>Колебания обменных курсов разных стран могут привести к потере доходов для бренда</p> <p>Жесткая конкуренция означает ограниченный рост доли рынка для Christian Dior, а также реплики создают проблему для идентификации бренда</p>
--	--

<p><b>Возможности</b></p> <p>Christian Dior может выйти в интернет-магазин, который оказался эффективным средством</p> <p>В качестве выдающегося модного бренда он может сосредоточиться на зеленых инициативах, которые набирают популярность среди людей</p> <p>Бренд может стремиться к расширению на развивающихся рынках, поскольку растет спрос на предметы роскоши</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>Поддельные подражания могут повлиять на бизнес для Christian Dior</p> <p>Набег различных дизайнеров в область эксклюзивной одежды представляет угрозу для бренда. Глобальный спад и спад могут спасти рынок роскоши</p>
---	---

***PESTEL***

Поскольку некоторые новые члены объединяются в Европейский Союз, снижение тарифов довольно много, это большой эффект для экспорта и импорта Dior. Расширение новой бизнес-линии и открытие новых магазинов в разных областях - одна из наиболее важных стратегий Dior. Это принесло много преимуществ и проблем для Dior. Снижение цены на некоторые продукты для повышения конкурентоспособности других люксовых брендов и расширение своего заокеанского плана, особенно на азиатском рынке.

<p>Политические факторы</p>	<p>-Поскольку некоторые новые члены объединяются в Европейский Союз, тариф значительно снижается, это является большим эффектом для экспорта и импорта Dior.</p> <p>-снижение цены некоторых продуктов для повышения конкурентоспособности других люксовых брендов и расширение своего заокеанского плана, особенно на азиатском рынке.</p>
<p>Экономические факторы</p>	<p>-ситуация с продажами остается сильной в Китае и некоторых странах Ближнего Востока</p> <p>-Christian Dior (2016) заявил, что группы менеджеров сфокусировались на этих новых экономических мощных странах и сохранили равновесие между его сильными и слабыми сторонами</p>

Социальные факторы	-У Christian Dior есть огромный выбор клиентов, потому что он состоит из лучшего дизайна и качества, он создал для себя культуру и историю моды. Dior как ярлык уважают многие люди.
Технологические факторы	-Кристиан Диор подписал контракт с Джоном Гальяно, который является одним из самых влиятельных дизайнеров в области моды. - Dior продолжает инвестировать в технологические союзы, которые увеличивают их портфолио и фирменное наименование
Экологические факторы	-Очевидно, что Christian Dior является юридической компанией, она соблюдает все законы, в том числе законы о сотрудниках; состояние компании; справедливое конкурентное право и другие. Потому что подчиняться этим законам - это основные ситуации для управления компанией.
Юридические факторы	-Dior не имеют юридических проблем в любой стране, с которой они ведут бизнес -подделка вынимает прибыль компании, и это должно быть адресовано

### ***Пять сил Портера***

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
Dior уделяет большое внимание своим услугам для клиентов, все люксовые бренды не только ориентируются на продажу товаров, но и делают отличные отношения со своими	Разработка новых клиентов и поставщиков - очень важный план для Dior. Более того, китайцы могли поставлять более дешевые ресурсы с такими же	Некоторые исследования показывают, что цена не является самым важным фактором, который, по мнению покупателей, будет больше сосредоточен на стоимости продуктов	Чтобы удовлетворить все больше требований клиентов, в 2014 году Dior расширил интернет-	«такие бренды, как Dior или Chanel, построили свою империю не только за счет использования своих продуктов, но и от ауры бренда, которая сама по себе сохраняется через элементы маркетингового

клиентами после продажи. экономически говоря, продавая фирменные продукты, трудно копировать, а для входа в новые бренды требуется большой банковский счет	качествами, как и европейские страны. Это означает, что построенный завод в Китае может снизить затраты.	Как и Dior, многие богатые люди - честные поклонники своих продуктов считают, что цена очень высока. Помимо товаров высокого качества, Dior уделяет большое внимание своим услугам для клиентов	продажи как еще один канал для продажи.	микса, такие как атмосфера в магазине и общение».
--	--	---	---	---

### **Финансовый Анализ**

CHRISTIAN DIOR SE (CHDRF) БАЛАНС							
Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014	2015		2016		2017	
Активы							
Текущие активы							
Денежные средства							
Денежные средства и их эквиваленты	2646	2771	4.62%	3035	4.82%	7586	10.43%
Краткосрочные инвестиции	184	257	0.43%	351	0.56%	2714	3.73%
Всего наличными	2830	3028	5.04%	3386	5.38%	10300	14.16%
Товарно-материальные запасы	9670	10704	17.83%	11053	17.57%	10908	14.99%
Предоплачиваемые затраты	514	545	0.91%	559	0.89%	599	0.82%
Прочие оборотные активы	3363	3983	6.64%	4002	6.36%	5323	7.32%
Итого оборотные активы	16377	18260	30.42%	19000	30.20%	27130	37.29%
Внеоборотные активы							
Основные средства							
Земельные участки	6594	7135	11.89%	7476	11.88%	8036	11.04%
Другие свойства	10533	12233	20.38%	13447	21.38%	14490	19.91%
Основные средства, по стоимости	17127	19368	32.26%	20923	33.26%	22526	30.96%
Накопленная амортизация	-7174	-8516	-14.19%	-9386	-14.92%	-10073	-13.84%
Основные средства, нетто	9953	10852	18.08%	11537	18.34%	12453	17.11%
доброжелательность	9713	10365	17.27%	11256	17.89%	12301	16.91%

Нематериальные активы	15550	16242	27.06%	16269	25.86%	16078	22.10%
Отложенные налоги на прибыль	1079	2031	3.38%	2158	3.43%	1738	2.39%
Прочие долгосрочные активы	8489	2280	3.80%	2684	4.27%	3062	4.21%
Итого внеоборотные активы	44784	41770	69.58%	43904	69.80%	45632	62.71%
Итого активы	61161	60030	100%	62904	100%	72762	100%
Обязательства и акционерный капитал							
пассивы							
Текущие обязательства							
Краткосрочный долг	6407	4417	7.36%	4901	7.79%	4532	6.23%
Капитальные вложения	14	8	0.01%	17	0.03%	21	0.03%
Кредиторская задолженность	3178	3602	6.00%	3835	6.10%	4540	6.24%
Налоги к уплате	675	821	1.37%	846	1.34%	1487	2.04%
Прочие текущие обязательства	2798	3355	5.59%	3627	5.77%	4538	6.24%
Итого краткосрочные обязательства	13072	12203	20.33%	13226	21.03%	15118	20.78%
Долгосрочные обязательства			0.00%		0.00%		0.00%
Долгосрочные кредиты	4292	6001	10.00%	5287	8.40%	7597	10.44%
Капитальные вложения	108	129	0.21%	166	0.26%	296	0.41%
Отложенные налоговые обязательства	5270	5738	9.56%	5584	8.88%	4583	6.30%
Пенсии и другие льготы	82	79	0.13%	78	0.12%	94	0.13%
Интерес меньшинства	18367	16047	26.73%	17062	27.12%	19951	27.42%
Прочие долгосрочные обязательства	8000	9560	15.93%	10434	16.59%	12341	16.96%
Итого долгосрочные обязательства	36119	37554	62.56%	38611	61.38%	44862	61.66%
Всего обязательства	49191	49757	82.89%	51837	82.41%	59980	82.43%
Собственный капитал			0.00%		0.00%		0.00%
Обыкновенные акции	363	361	0.60%	361	0.57%	361	0.50%
Добавочный капитал	2205	194	0.32%	194	0.31%	194	0.27%
Нераспределенная прибыль	1425	2378	3.96%	1569	2.49%	2240	3.08%
Казначейские акции	-288	-116	-0.19%	-109	-0.17%	-72	-0.10%
Накопленный прочий совокупный доход	8265	7456	12.42%	9052	14.39%	10059	13.82%

Общий акционерный капитал	11970	10273	17.11%	11067	17.59%	12782	17.57%
Общие обязательства и собственный капитал	61161	60030	100%	62904	100%	72762	100%

CHRISTIAN DIOR SE (CHDRF) отчет о прибылях и убытках							
Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014-06	2015-06		2016-06		2017-12	
доходов	30984	35081	154.04%	37968	152.54%	43666	152.77%
Стоимость дохода	10607	12307	54.04%	13078	52.54%	15084	52.77%
Валовая прибыль	20377	22774	100%	24890	100%	28582	100%
Операционные расходы							
Продажи, общие и административные	14327	16475	72.34%	18097	72.71%	20209	70.71%
Операционные расходы	14327	16475	72.34%	18097	72.71%	20209	70.71%
Операционный доход	6050	6299	27.66%	6793	27.29%	8373	29.29%
Расходы в процентах	196	184	0.81%	127	0.51%	126	0.44%
Прочие доходы (расходы)	-196	2568	11.28%	-437	-1.76%	-251	-0.88%
Доход до налога на прибыль	5658	8683	38.13%	6229	25.03%	7996	27.98%
Положения по налогу на прибыль	1775	2518	11.06%	2065	8.30%	2243	7.85%
Интерес меньшинства	2467	3787	16.63%	2595	10.43%	3513	12.29%
Другие доходы	2467	3787	16.63%	2595	10.43%	3513	12.29%
Чистая прибыль от продолжающихся операций	3883	6165	27.07%	4164	16.73%	5753	20.13%
Чрезвычайные предметы	9		0.00%		0.00%		0.00%
Другие	-2449	-3787	-16.63%	-2595	-10.43%	-3513	-12.29%
Чистый доход	1425	2378	10.44%	1569	6.30%	2240	7.84%
Чистая прибыль, доступная для простых акционеров	1425	2378	10.44%	1569	6.30%	2240	7.84%

Наименование показателя	Формула	2014	2015	2016	2017	Средний значение
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	$CR = (\text{Текущие активы}) / (\text{текущие обязательств})$	1,25	1,50	1,44	1,80	1.50
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	$QR = (\text{Текущие активы} - \text{Инвентаризация}) / (\text{Текущие обязательства})$	0,51	0,62	0,60	1,07	0.7
Рентабельность активов (ROA)	$ROA = (\text{чистый доход}) / (\text{общие активы})$	2,33%	3,96%	2,49%	3,08%	3%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	$ROE = (\text{Чистый доход}) / (\text{Собственный капитал})$	11,90%	23,14%	14,18%	17,53%	16.69%
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	$DPR = (\text{Годовой дивиденд на акцию}) / (\text{Прибыль на акцию})$	15,28%	23,90%	37,97%	37,97%	28.78%
Прибыль на акцию (EPS)	$EPS = (\text{Чистый доход} - \text{Дивиденды по привилегированным акциям}) / (\text{Средние выпущенные акции})$	3,10	3,20	3,55	1,40	2.81
Соотношение цены / прибыли	$\text{Коэффициент } P / E = (\text{рыночная стоимость на (акцию)}) / (\text{Прибыль на акцию})$	18,42%	12,11%	22,64%	35,14%	22.08%

(коэффициент Р / Е)						
Маржа прибыли (PM)	$PM = (\text{чистый доход}) / (\text{чистые продажи})$	4,60%	6.78%	4.13%	5.13%	5.16%
Общий коэффициент задолженности (TDR)	$TDR = (\text{Итого активы} - \text{общий капитал}) / (\text{Всего активов})$	0.80	0.82	0.82	0.82	0.82
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	$\text{Коэффициент Д / Е} = \text{Общая сумма обязательств} / \text{Общий капитал}$	4.11	4.84	4.68	4.69	4.58

Значение индикаторов	
Коэффициент текущей ликвидности (CR)	Christian Dior имеет в средний CR 1,50, показывающий, что компания и ее дочерние компании имеют активы в размере 1,50 долл. США за каждые 1 доллар США в обязательствах, доказывая, что они имеют высокие возможности погашения долгов.
Коэффициент быстрой ликвидности (QR)	Поскольку запасы нелегко ликвидируются, QR вычитает этот актив у компании и ее дочерних компаний. У Christian Dior есть QR 0,7, что указывает на то, что они имеют \$ 0,7 в активах за каждые \$ 1 в пассивах. Это показывает, что они не имеют возможность погашать обязательства без необходимости пытаться продать запасы.

Рентабельность собственного капитала (ROE)	Christian Dior демонстрирует ROE в размере 16.69%, что указывает на то, что компания делает более \$0,16 за каждый доллар в капитале, который компания владеет
Рентабельность активов (ROA)	ROA составляет 3% для Christian Dior, что указывает на то, что компания составляет почти 0,03 доллара США за каждый доллар в активах компании
Коэффициент выплаты дивидендов (DPR)	
Прибыль на акцию (EPS)	Christian Dior испытал EPS в размере 2.81 долл. США в средней в течение 2014, 2015,2016,2017 года
Соотношение цены / прибыли (коэффициент P / E)	Коэффициент P / E Christian Dior, который указывает на то, что инвесторы готовы платить в 22.08 раза прибыль на акцию за один запас Christian Dior. Это указывает на то, что люди очень уверены в производительности этой компании.
Маржа прибыли (PM)	PM Christian Dior составляет 5.16%, что указывает на то, что компания приносит прибыль в размере 0,05 доллара США за каждый доллар продаж по всей компании и ее дочерним компаниям.
Общий коэффициент задолженности (TDR)	Christian Dior имеет TDR 0,83, что означает, что компания не является рискованной. Christian Dior должен будет продать 83% своих активов, чтобы погасить все свои долги.
Соотношение долг / капитал (отношение D / E)	Несмотря на то, что компания и ее дочерние компании имеют только 53% долга, коэффициент D / E составляет 4.58. Это указывает на то, что Christian Dior финансируется в основном кредиторами и меньше инвесторами. Это может быть индикатором того, что компания финансово рискованна. К счастью, у них высокий CR поэтому они легко могут погасить обязательства с активами.



Continental является мировым поставщиком автомобилей и производителем шин. Операции включают шасси и безопасность, трансмиссию, салон, шины и ContiTech. Крупнейшими рынками Continental являются Германия, остальная Европа и Северная Америка, что составляет около 25%, 33% и 20% дохода соответственно. Азия быстро растет, что составляет около 15% дохода. Доходы от продаж автозапчастей составляют 60% от общего объема продаж Continental, тогда как шины составляют 30%, а резиновые изделия (ContiTech) составляют 10%. Пять лучших клиентов - BMW, Ford, Daimler, Volkswagen и General Motors, что составляет около 40% от общего числа.

### ***Введение***

В нашем мире созданы высокоразвитые, интеллектуальные технологии мобильности, транспортировки материалов и обработки данных.

Мы являемся коммерческим предприятием, поэтому наша основная задача - эффективно предоставлять товары и услуги для полного удовлетворения наших клиентов и заинтересованных сторон, таких как клиенты, сотрудники, инвесторы, деловые партнеры, политики и общество.

Мы предлагаем лучшее решение для каждого из наших рынков и для каждого из наших клиентов. Мы делаем это наиболее эффективным, эффективным и инновационным способом. Мы поддерживаем самые высокие

стандарты качества. Мы мыслим и действуем целостно, системно и в сетевом режиме. Вот почему мы быстрее других, когда речь идет о преобразовании идей в массовое производство.

Таким образом, мы удовлетворены требованиями наших заинтересованных сторон и признаем себя высоконадежным и уважаемым партнером, создающим максимально возможную ценность.

### ***Миссия***

Безопасность - наша цель: нулевые аварии

Для защиты жизни и сохранения ресурсов

Информация - наша цель: экономить время, повышать комфорт

Интеллектуальная мобильность благодаря постоянно подключенному вождению

Окружающая среда - наша цель: чистый воздух

Эффективное использование ресурсов и отсутствие выбросов

Доступная мобильность - наша цель: индивидуальная мобильность для всех

Обеспечение большей свободы и возможностей

### ***SWOT Анализ***

<b>Сильные стороны</b> у компании большой портфель продуктов. Это 140-летняя компания и в этом смысле является глобальной компанией с рынками в Африке, Европе, Америке, Азии и Австралии.	<b>слабые стороны</b> Не так много видно в Индии и нескольких развивающихся странах
--	--

<p>Компания приобретает компании в Малайзии и Modi Tyres в Индии, тем самым демонстрируя свои намерения расширения в странах с развивающейся экономикой мира.</p> <p>Спонсоры Чемпионата мира ФИФА и других крупных мировых спортивных соревнований</p>	<p>Необходимо иметь дело с плохими экономическими условиями в экономике Японии, США и Европы.</p>
<p><b>Возможности</b></p> <p>Имеет прекрасную возможность в странах с развивающейся экономикой.</p> <p>Необходимо позиционировать и сообщать свою позицию о том, чтобы быть экологически чистым и устойчивым.</p>	<p><b>Угрозы</b></p> <p>1. Существует жесткая конкуренция со стороны национальных и международных брендов.</p> <p>Японские и американские экономики не растут и достигли стадии погашения.</p> <p>Государственная политика, экспортные пошлины, импортные пошлины, налог, взимаемый с автомобильной промышленности и экономическое состояние нации, поскольку он определяет продажу автомобилей.</p> <p>Внедрение других транспортных средств, таких как метро, монорельсы и местные поезда,</p>

	<p>обеспечивающие опасность загрязнения, вызванную сжиганием автомобильных топлив.</p> <p>Волатильность цен на сырье и колебания обменных курсов.</p>
--	---

### ***PESTEL***

Как Continental является немецкая компания, до сих пор имеющая свои штаб-квартиры в Ганновере PESTEL-анализ будет сделан на основе Германии

<p>Политические факторы</p>	<p>-стабильное правительство.</p> <p>-стабильные мировые отношения</p> <p>-3 уровня правительства заставляют новые законы внедряться медленно</p>
<p>Экономические факторы</p>	<p>-высокоразвитая экономика</p> <p>огромный промышленный потенциал</p> <p>-Высоко развитая транспортная система, например. воздушные трассы, железные дороги, дороги, порт и т. д.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Германия пользуется популярностью для своих международных торговых ярмарок - 70%</li> <li>ВВП вносит свой вклад в сектор услуг, промышленность - 29,1%, а сельское хозяйство - всего 0,9%</li> <li>-Немцы известны своими знаниями в области машиностроения, автомобилей, металлов и химических товаров.</li> <li>-Лучковый производитель ветровых турбин и ведущий поставщик солнечной энергетической технологии</li> </ul>
Социальные факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ожидаемая продолжительность жизни 77 лет для мужчин и 82 года для женщин</li> <li>-89% населения проживает в городах и поселках</li> <li>-81 крупных городов с населением более 100 000 человек</li> <li>- Крупнейшая страна в ЕС (357 021 кв. Км)</li> <li>-Установленная и доступная сеть систем социального обеспечения (страхование пенсий, здравоохранения, здравоохранения и страхования от безработицы)</li> <li>-Этнокультурное разнообразие</li> <li>-Универсальная культура бизнеса - немцы склонны ставить факты впереди эмоций и вести себя очень объективно</li> </ul>
Технологические факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- одна из самых развитых в мире телекоммуникационных систем - широкоэмитательных СМИ, например. Телевизор и радио глубоко проникли (более 90% домов имеют кабельное</li> </ul>

	<p>телевидение), это открывает широкие возможности для эффективного продвижения бизнеса и маркетинга</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- страна поддерживает национальную науку и технику (например, нет университетских сборов)</li> <li>- инновации в автомобильной промышленности</li> </ul>
Экологические факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Необходимо выполнить множество политик</li> <li>- Изменение климата (предшественник политики в области климата и энергетики)</li> <li>- В 2011 году было принято решение прекратить использование ядерной энергии до 2022 года</li> <li>- Немцы зависят от природных ресурсов</li> <li>- Правительство пытается удовлетворить потребности страны, не оставляя долгосрочного негативного воздействия на окружающую среду</li> <li>- занимает первое место в области охраны окружающей среды по всему миру</li> </ul>
Юридические факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- строгое трудовое законодательство</li> <li>- правила против увольнений</li> <li>- новая юридическая система Германии была основана на основном законе и гражданском кодексе в 1949 году</li> <li>- бизнес должен публиковать годовые финансовые отчеты, даже если он не публикуется публично</li> </ul>

	<p>(в Германии минимальная заработная плата)</p> <p>-публичное право, административное право, частное право, уголовное право, гражданское право очень строги</p>
--	--

### *Пять сил Портера*

<b>Угроза новых участников</b>	<b>Рыночная власть поставщиков</b>	<b>конкурентное соперничество</b>	<b>переговорная сила покупателей</b>	<b>угроза замещающей продукции или услуг</b>
Общая конкуренция очень высока, европейские, а также китайские конкуренты	Высокий, поскольку производство переделанных шин требует специального сырья	в некоторых странах люди понимают специфику цен / качества, поэтому континентальная имеет низкую угрозу в этом аспекте по сравнению с	Высокая переговорная сила, так как клиент может выбрать, где он хочет купить. Как правило, высокий спрос.	Онлайн-конкурс. онлайн-продавцы, платформы для сравнения цен, а также дешевые заменители из Китая. Высокая угроза замещения самого продукта, когда китайские производители могут собирать

		китайскими производителями. Continental является брендом в бизнесе более чем сто лет, хотя конкуренция высока, покупатели, как правило, используют одни и те же продукты в течение длительного периода времени.	Независимое производство с использованием системы франчайзинга	информацию, необходимую им для копирования точного производственного процесса. Поскольку у них есть возможности и финансовые ресурсы для продвижения своих продуктов, шины Continental не связаны с одним конкретным производственным процессом.
--	--	---	--	--

## DAIMLER AG

DAIMLER AG (DDAIF) BALANCE SHEET				
Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014-12	2015-12	2016-12	2017-12
Активы				
Текущие активы				
Денежные средства				
Денежные средства и их эквиваленты	9667	9936	10981	12072
Краткосрочные инвестиции	7039	9274	11832	11418
Всего наличными	16706	19210	22813	23490
задолженность	30727	38559	41719	43792
Товарно-материальные запасы	20864	23760	25384	25686
Предоплачиваемые затраты	294	442	566	632
Прочие оборотные активы	8554	9876	11570	13135

Итого оборотные активы	77145	91847	102052	106735
Внеоборотные активы				
Основные средства				
Валовые основные средства	104810	115451	129547	134338
Накопленная амортизация	-48578	-52187	-56224	-58643
Чистые основные средства	56232	63264	73323	75695
доброжелательность	740	727	1188	1115
Нематериальные активы	8627	9342	10910	12620
Отложенные налоги на прибыль	4124	3284	3870	2853
Прочие долгосрочные активы	42767	48702	51645	56587
Итого внеоборотные активы	112490	125319	140936	148870
Итого активы	189635	217166	242988	255605
Обязательства и акционерный капитал				
пассивы				
Текущие обязательства				
Краткосрочный долг	36250	41268	47258	48719
Капитальные вложения	40	43	30	27
Кредиторская задолженность	10178	10548	11567	12474
Отложенные налоги на прибыль	757	777	751	560
Налоги к уплате	1703	2002	2096	2284
Прочие текущие обязательства	18046	22443	22755	23041
Итого краткосрочные обязательства	66974	77081	84457	87105
Долгосрочные обязательства				
Долгосрочные кредиты	50154	59611	70195	78053
Капитальные вложения	245	220	203	325
Отложенные налоговые обязательства	1921	3090	4433	3448
Начисленные обязательства	27	28	48	25
Отложенные доходы	3581	4851	5559	5802
Пенсии и другие льготы	12806	8663	9034	5767

Интерес меньшинства	919	1063	1183	1291
Прочие долгосрочные обязательства	9343	8998	9926	9766
Итого долгосрочные обязательства	78996	86524	100581	104477
Всего обязательства	145970	163605	185038	191582
Собственный капитал				
Добавочный капитал	3070	3070	3070	3070
Нераспределенная прибыль	28487	36991	40794	47682
Накопленный прочий совокупный доход	12108	13500	14086	13271
Общий акционерный капитал	43665	53561	57950	64023
Общие обязательства и собственный капитал	189635	217166	242988	255605

DAIMLER AG (DDAIF) INCOME STATEMENT				
Финансовый год заканчивается в декабре. EUR в миллионах	2014-12	2015-12	2016-12	2017-12
доходов	129872	149467	153261	164330
Стоимость дохода	101688	117670	121298	129999
Валовая прибыль	28184	31797	31963	34331
Операционные расходы				
Исследования и разработки	4532	4760	5257	5938
Продажи, общие и административные	14863	15857	15645	16774
Прочие операционные расходы	-690	-1363	-1013	-1365
Операционные расходы	18705	19254	19889	21347
Операционный доход	9479	12543	12074	12984
Расходы в процентах	715	602	546	582
Прочие доходы (расходы)	1409	803	1046	1899
Доход перед налогами	10173	12744	12574	14301
Положения по налогу на прибыль	2883	4033	3790	3437
Чистая прибыль от продолжающихся операций	7290	8711	8784	10864
Другие	-328	-287	-258	-339
Чистый доход	6962	8424	8526	10525

## *SAMSUNG ELECTRONICS*

SAMSUNG ELECTRONICS CO LTD (SSNLF) BALANCE SHEET				
Финансовый год заканчивается в декабре. KRW в миллионах	2014	2015	2016	2017
Активы				
Текущие активы				
Денежные средства				
Денежные средства и их эквиваленты	16284780	16840766	22636744	32111442
Краткосрочные инвестиции	38211229	44976574	48856330	3638460
Всего наличными	54496009	61817340	71493074	35749902
задолженность	27875934	24694610	25168026	24279211
Товарно-материальные запасы	19134868	17317504	18811794	18353503
Предоплачиваемые затраты	4401138	5336063	4876635	4942021
Прочие оборотные активы	4852322	5980509	4465196	58105067
Итого оборотные активы	110760271	115146026	124814725	141429704
Внеоборотные активы				
Основные средства				
Валовые основные средства	168784544	183286006	205287524	225172654
Накопленная амортизация	-93288156	-102413056	-118810414	-133699613
Чистые основные средства	75496388	80872950	86477110	91473041
доброжелательность	560534			
Нематериальные активы	3420066	4785473	5396311	5344020
Отложенные налоги на прибыль	4621780	4526595	5589108	5321450
Предоплаченная пенсия				557091
Прочие долгосрочные активы	19215979	25091914	19902267	70481429
Итого внеоборотные активы	103314747	115276932	117364796	173177031
Итого активы	214075018	230422958	242179521	314606735
Обязательства и акционерный капитал				

пассивы				
Текущие обязательства				
Краткосрочный долг	8844537	9807966	11376973	13979606
Капитальные вложения	19811			
Кредиторская задолженность	17633705	7914704	6187291	6485039
Налоги к уплате	3386018	2161109	3401625	2837353
Прочие текущие обязательства	21431338	32130134	29537020	31402097
Итого краткосрочные обязательства	51315409	52013913	50502909	54704095
Долгосрочные обязательства				
Долгосрочные кредиты	2213783	1379871	1424046	1237653
Капитальные вложения	82402	77682	72944	65127
Отложенные налоговые обязательства	6012371	4097811	5154792	7293514
Пенсии и другие льготы	1854902	201342	358820	173656
Интерес меньшинства	5573394	5906463	6183038	6538705
Прочие долгосрочные обязательства	2580141	4564151	5606205	5737246
Итого долгосрочные обязательства	18316993	16227320	18799845	21045901
Всего обязательства	69632402	68241233	69302754	75749996
Собственный капитал				
Привилегированные акции	119467	119467	119467	119467
Обыкновенные акции	778047	778047	778047	778047
Добавочный капитал	4403893	4403893	4403893	4403893
Нераспределенная прибыль	148600282	169529604	185132014	245518728
Казначейские акции		-8429313		
Накопленный прочий совокупный доход	-9459073	-4219973	-17556654	-11963396
Общий акционерный капитал	144442616	162181725	172876767	238856739
Общие обязательства и собственный капитал	214075018	230422958	242179521	314606735

SAMSUNG ELECTRONICS CO LTD (SSNLF) INCOME STATEMENT				
Финансовый год заканчивается в декабре. KRW в миллионах	2014	2015	2016	2017

доходов	228692667	2.06E+08	2.01E+08	201866745
Стоимость дохода	137696309	1.28E+08	1.23E+08	120277715
Валовая прибыль	90996358	77927187	77171364	81589030
Операционные расходы				
Исследования и разработки	14319402	14385506	13705695	14792343
Продажи, общие и административные	21309555	23766449	22827216	22849869
Прочие операционные расходы	18582388	14750161	14225011	14706146
Операционные расходы	54211345	52902116	50757922	52348358
Операционный доход	36785013	25025071	26413442	29240672
Расходы в процентах	319342	592940	567181	351009
Прочие доходы (расходы)	1898608	3442903	114734	1823989
Доход перед налогами	38364279	27875034	25960995	30713652
Положения по налогу на прибыль	7889515	4480676	6900851	7987560
Чистая прибыль от продолжающихся операций	30474764	23394358	19060144	22726092
Другие	-653549	-311859	-365516	-310437
Чистый доход	29821215	23082499	18694628	22415655

**САЙБИРИЭН РУТ ТРЭЙД" ООО «СРТ»**

САЙБИРИЭН РУТ ТРЭЙД" ООО «СРТ» Баланс			
Рублей в тыс.	2015	2016-12	2017
Активы			
Текущие активы			
Денежные средства			
Денежные средства и их эквиваленты	204	580	1226
Всего наличными	204	580	1226
Д. задолженность	915	761	1705
Товарно-материальные запасы	8	7	14
Предоплачиваемые затраты	44	33	163

Прочие оборотные активы	238	198	942
Итого оборотные активы	1410	1580	4050
Внеоборотные активы			
Основные средства			
Валовые основные средства	316	289	390
Накопленная амортизация	-112	-118	-156
Чистые основные средства	204	171	234
доброжелательность	1765	1705	5359
Нематериальные активы	239	189	1512
Отложенные налоги на прибыль	62	91	108
Предоплаченная пенсия	4		332
Прочие долгосрочные активы	381	293	481
Итого внеоборотные активы	2657	2450	8026
Итого активы	4067	4030	12075
пассивы			
Текущие обязательства			
Краткосрочный долг	30	434	543
Капитальные вложения			19
Кредиторская задолженность	224	187	1258
Налоги к уплате	117	70	327
Прочие текущие обязательства	479	380	1096
Итого краткосрочные обязательства	850	1071	3244
Долгосрочные обязательства			
Долгосрочные кредиты	495	495	2336
Капитальные вложения			31
Отложенные налоговые обязательства	6	5	182
Отложенные доходы	90	66	24
Прочие долгосрочные обязательства	205	178	1298
Итого долгосрочные обязательства	819	764	3871

Всего обязательства	1669	1834	7115
Собственный капитал			
Добавочный капитал	64	64	64
Нераспределенная прибыль	2162	2098	1935
Накопленный прочий совокупный доход	148	9	2921
Общий акционерный капитал	2398	2195	4960
Общие обязательства и собственный капитал	4067	4030	12075

САЙБИРИЭН РУТ ТРЭЙД" ООО «СРТ» Отчет о прибылях и убытках			
Финансовый год заканчивается в декабре. Тys. Руб.	2015	2016	2017
доходов	5001	4121	5394
Стоимость дохода	4183	3498	4714
Валовая прибыль	817	622	680
Операционные расходы			
Продажи, общие и административные	501	411	500
Операционные расходы	501	411	500
Операционный доход	316	211	180
Расходы в процентах	23	25	47
Прочие доходы (расходы)	-154	-120	-155
Доход перед налогами	139	66	-22
Положения по налогу на прибыль	62	32	8
Чистая прибыль от продолжающихся операций	77	34	-30
Чистая прибыль от прекращения операций	14		
Другие	-11	-7	-2
Чистый доход	79	28	-32

**ОК РУСАЛ**

ОК РУСАЛ (0QD5) БАЛАНС				
Финансовый год заканчивается в декабре. USD в миллионах	2014-12	2015-12	2016-12	2017-12
Активы				
Текущие активы				
Денежные средства				
Денежные средства и их эквиваленты	570	494	531	831
Всего наличными	570	494	531	831
Товарно-материальные запасы	1998	1837	1926	2414
Предоплачиваемые затраты	144	176	137	
Прочие оборотные активы	574	787	1022	1037
Итого оборотные активы	3286	3294	3616	4282
Внеоборотные активы				
Основные средства				
Валовые основные средства	13561	13587	13653	14496
Накопленная амортизация	-9608	-9733	-9588	-10173
Чистые основные средства	3953	3854	4065	4323
доброжелательность	2481	2190	2837	2468
Нематериальные активы	91	84	-367	84
Отложенные налоги на прибыль	57	51	51	63
Прочие долгосрочные активы	4989	3336	4250	4554
Итого внеоборотные активы	11571	9515	10836	11492
Итого активы	14857	12809	14452	15774
Обязательства и акционерный капитал				
пассивы				
Текущие обязательства				
Кредиторская задолженность	1321	941	1054	1658
Краткосрочный долг	447	1330	1366	687
Прочие текущие обязательства	472	541	139	127
Итого краткосрочные обязательства	2240	2812	2559	2472

Долгосрочные обязательства				
Долгосрочные кредиты	8960	7525	7532	7744
Отложенные налоговые обязательства	515	531	585	522
Прочие долгосрочные обязательства	905	550	477	592
Итого долгосрочные обязательства	10380	8606	8594	8858
Всего обязательства	12620	11418	11153	11330
Собственный капитал				
Обыкновенные акции	152	152	152	152
Добавочный капитал	15786	15786	15786	15786
Нераспределенная прибыль	-7700	-7392	-6463	-5540
Накопленный прочий совокупный доход	-6001	-7155	-6176	-5954
Общий капитал акционеров	2237	1391	3299	4444
Общие обязательства и собственный капитал	14857	12809	14452	15774
UNITED CO RUSAL PLC GDR (0QD5) отчет о прибылях и убытках				
Финансовый год заканчивается в декабре. USD в миллионах, за исключением данных на акцию.	2014-12	2015-12	2016-12	2017-12
доходов	9357	8680	7983	9969
Стоимость дохода	7223	6215	6070	7183
Валовая прибыль	2134	2465	1913	2786
Расходы и расходы				
Продажи, общие и административные	1007	869	852	1078
Расходы в процентах	847	640	617	876
Прочие операционные расходы	133	193	-910	-456
Общие затраты и расходы	1987	1702	559	1498
Доход до налога на прибыль	147	763	1354	1288
Положения по налогу на прибыль	238	205	175	66
Чистая прибыль от продолжающихся операций	-91	558	1179	1222
Чистый доход	-91	558	1179	1222

**ПАО «Газпром»**

ПАО «Газпром» (GZPFY)				
Финансовый год заканчивается в декабре. RUB в миллионах	2014-12	2015-12	2016-12	2017-12
Активы				
Текущие активы				
Денежные средства				
Денежные средства и их эквиваленты	53167	114198	33621	90608
Краткосрочные инвестиции	78844	49355	886	5779
Всего наличными	132011	163553	34507	96387
задолженность	120329			
Товарно-материальные запасы	102658	102378	100701	118322
Предоплачиваемые затраты		61710	47674	37194
Прочие оборотные активы	115927	183103	213450	170684
Итого оборотные активы	470925	510744	396332	422587
Внеоборотные активы				
Основные средства				
Валовые основные средства	1780028	2203321	2423423	2875047
Накопленная амортизация	-486228	-615668	-697078	-822772
Чистые основные средства	1293800	1587653	1726345	2052275
Капитал и другие инвестиции	188358			
доброжелательность	33635	36309	31926	33899
Нематериальные активы	37605	38781	38225	40288
Отложенные налоги на прибыль	31460	22099	8039	17867
Прочие долгосрочные активы	41941	289880	347944	363092
Итого внеоборотные активы	1626799	1974722	2152479	2507421
Итого активы	2097724	2485466	2548811	2930008
Обязательства и акционерный капитал				
пассивы				
Текущие обязательства				

Кредиторская задолженность	71386	76372	78161	118151
Краткосрочный долг	61121	147319	80187	131760
Капитальные вложения				1397
Прочие текущие обязательства	118224	125373	131104	228027
Итого краткосрочные обязательства	250731	349064	289452	479335
Долгосрочные обязательства				
Долгосрочные кредиты	502306	670779	596221	548654
Капитальные вложения				20826
Отложенные налоговые обязательства	81032	68752	81347	102583
Интерес меньшинства	64037	91420	84027	105876
Прочие долгосрочные обязательства	133870	148382	137624	119477
Итого долгосрочные обязательства	781245	979333	899219	897416
Всего обязательства	1031976	1328397	1188671	1376751
Собственный капитал				
Обыкновенные акции	98	98	98	98
Добавочный капитал	50074	44326	51047	62256
Нераспределенная прибыль	1005642	1078626	1276210	1431931
Казначейские акции	-1170	-1170	-1170	-1170
Накопленный прочий совокупный доход	11104	35189	33955	60142
Общий капитал акционеров	1065748	1157069	1360140	1553257
Общие обязательства и собственный капитал	2097724	2485466	2548811	2930008

ПАО «Газпром» (GZPFY) отчет о прибылях и убытках				
Финансовый год заканчивается в декабре. RUB в миллионах	2014	2015	2016	2017
доходов	1408238	1467943	1545608	1857931
Стоимость дохода	382505	659599	684196	814528
Валовая прибыль	1025733	808344	861412	1043403
Расходы и расходы				

Продажи, общие и административные	375980	233496	241965	248611
Износ и амортизация	85951			
Расходы в процентах	13857	31771	31974	22342
Прочие операционные расходы	404075	397627	327934	447250
Общие затраты и расходы	879863	662894	601873	718203
Доход до налога на прибыль	145870	145450	259539	325200
Положения по налогу на прибыль	19214	29252	49814	55522
Чистая прибыль от продолжающихся операций	126656	116198	209725	269678
Другие	-4563	-6537	-9546	-16404
Чистый доход	122093	109661	200179	253274

## **FIMIVIST-5**

### ***Vision***

Будет ли видение мотивировать потенциальных сотрудников присоединиться к этой организации и продолжать мотивировать, как только они начнут работать?

Предоставляет ли видение маяк для направления видов адаптации и изменений, необходимых для постоянного роста?

Описывает ли видение будущее, которое более привлекательно, чем настоящее?

Будет ли видение бросать вызов всем сотрудникам, включая высшее руководство?

Может ли видение послужить основой для формулирования стратегии, на которой можно действовать?

Будет ли видение служить основой для принятия решений в контексте?

### ***Миссия***

определяет ли заявление миссии направление?

Выключает ли заявление миссии напрямую те, которые связаны с бизнесом?

является ли ориентация на потребительский интерес миссии?

Указывает ли в заявлении миссии используемую технологию?

Заявление о миссии показывает различные компетенции?

### **SWOT / Pestle**

Сильные стороны бизнеса сильнее слабых сторон?

можно ли реализовать возможности через год или меньше?

Могут ли угрозы повлиять на бизнес через год или меньше?

есть ли у бизнеса ресурсы для изменения, если угрозы влияют на их бизнес за короткий промежуток времени?

нужны ли возможности больших капиталовложений?

### **Пять сил Портера**

являются действующие силы, угроза любой коммерческой деятельности?

являются ли действующие силы, фиксируемые в пределах 1 года или менее?

являются ли клиенты сильной силой?

### **финансовый анализ**

Является ли компания финансово устойчивой?

Делает ли компания достаточную прибыль для покрытия своей краткосрочной задолженности?

Имеет ли компания Себестоимость основное детялность более 50%?

Является компания, финансово платежеспособная?

Является финансовым циклом предприятия в течение 90 дней или меньше?

