

Кафедра: Экономики и менеджмента

Преподаватель: Батурина Ольга Андреевна

ОЦЕНКА БИЗНЕСА

План лекции

Сравнительный подход к оценке бизнеса

Особенности сравнительного подхода

1 Условия применения

2 Этапы расчета (метод рынка капитала)

Формируемые знания, умения и навыки

1 базовые знания по оценке бизнеса

2 умение работать с различными источниками информации

3 умение применять знания для решения поставленных задач

Источники информации

Непериодическая литература:

- А.Г Грязнова, М.А. Федотова, «Оценка бизнеса». – М: «Финансы и статистика», 2004.
- Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. «Оценка бизнеса».- СПб: Питер, 2001 г.

Источники интернет:

-www.ocenchik.ru

-www.labrare.ru

Условия применения :

- 1 Наличие активного финансового рынка;**
- 2 Наличие доступной финансовой информации по большому числу компаний-аналогов;**

Условия применения :

- 3 Наличие достоверной информации о фактически совершенных сделках с компаниями-аналогами;**
- 4 Наличие специальных компаний, накапливающих информацию**

Сравнительный подход

Этапы

- расчета:
- 1 Сбор информации о компаниях-аналогах;
 - 2 Сопоставление списка компаний-аналогов;
 - 3 Финансовый анализ компаний-аналогов

Сравнительный подход

Этапы

расчета: 4 Расчет оценочных мультипликаторов;

5 Выбор величины мультипликатора;

6 Определение предварительной величины стоимости предприятия

7 Внесение итоговых поправок

Сбор информации о компаниях-аналогах

```
graph TD; A[Сбор информации о компаниях-аналогах] --> B[Рыночная (ценовая) информация]; A --> C[Финансовая информация];
```

**Рыночная (ценовая)
информация**

**Финансовая
информация**

Процесс отбора сопоставимых компаний-аналогов



Критерии отбора «подозреваемых» компаний:

1 Отраслевое сходство

**2 Сходство производимых товаров
(услуг)**

3 Размер компании

Критерии отбора «подозреваемых» компаний: :

4 Качество менеджмента

5 Перспективы роста

6 Уровень систематических рисков

Критерии отбора компаний-аналогов:

- 1 Сравнимая структура капитала**
- 2 Сравнимая ликвидность**
- 3 Сравнимая рентабельность**

Финансовый анализ компаний-аналогов:

- 1 Определение рейтинга оцениваемой компании в списке компаний-аналогов**
- 2 Обоснование степени доверия к информации по выбранным компаниям-аналогам**
- 3 Создание основы для расчета оценочных мультипликаторов**

Оценочный мультипликатор -

**это коэффициент, показывающий
соотношение между рыночной ценой
предприятия и финансовой базой**

Виды оценочных мультипликаторов

```
graph TD; A[Виды оценочных мультипликаторов] --> B[Интервальные]; A --> C[Моментные];
```

Интервальные

Моментные

Виды интервальных мультипликаторов:

1 Цена / прибыль

2 Цена / денежный поток

Виды интервальных мультипликаторов:

3 Цена / дивидендные выплаты

4 Цена / выручка от реализации

Моментные мультипликаторы:

**1 Цена / балансовая
стоимости активов**

**2 Цена / стоимость чистых
активов**

Процесс формирования стоимости предприятия:

- 1 Выбор величины мультипликатора**
- 2 Взвешивание промежуточных результатов**
- 3 Внесение итоговых поправок**

Внесение итоговых поправок:

- 1 Учет активов не участвующих в
производстве, получении
прибыли**
- 2 Учет фактической величины
собственного оборотного
капитала**

Вопросы для самопроверки

- На каком принципе основан сравнительный подход?
- Назовите основные условия применения сравнительного подхода?
- Что такое оценочный мультипликатор?
- Назовите примеры интервальных мультипликаторов?
- Какие методы сравнительного подхода вам известны?

СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ

Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.