

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Бизнес-аналитика

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Анализ и пути повышения рыночной стоимости бизнеса организации

Обучающийся

Б. А. Михалев

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент Я. С. Митрофанова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Консультант

канд. экон. наук, доцент С.А. Гудкова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Б.А. Михалев.

Тема работы: «Анализ и пути повышения рыночной стоимости бизнеса организации».

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Я.С. Митрофанова.

Цель исследования – проанализировать и разработать пути повышения рыночной стоимости бизнеса.

Задачи исследования:

- изучить теоретические основы повышения рыночной стоимости бизнеса;
- провести анализ деятельности предприятия и оценить рыночную стоимость бизнеса;
- разработать мероприятия для повышения рыночной стоимости бизнеса.

Объект исследования – ООО «Юнибургер РУС», основным видом деятельности, которого является производство мясных (мясо содержащих) полуфабрикатов.

Предмет исследования – методы оценки рыночной стоимости бизнеса.

Краткие выводы по бакалаврской работе:

В первой главе раскрываются теоретические аспекты рыночной стоимости бизнеса.

Во второй главе приведена оценка финансовой деятельности ООО «Юнибургер РУС».

В третьей главе предложены пути, которые необходимы для повышения рыночной стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС».

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х глав, заключения, списка используемой литературы.

Abstract

Bachelor's thesis was completed by: B.A. Mikhalev.

Topic: «Analysis and ways to increase the market value of an organization's business».

Scientific supervisor: Ph.D. econ. Sciences, Associate Professor Ya.S. Mitrofanova.

The purpose of the study is to analyze and develop ways to increase the market value of a business.

Research objectives:

- study the theoretical foundations of increasing the market value of a business;
- conduct an analysis of the enterprise's activities and assess the market value of the business;
- develop measures to increase the market value of the business.

The object of the study is Uniburger RUS LLC, whose main activity is the production of meat (meat-containing) semi-finished products.

The subject of the study is methods for assessing the market value of a business.

Brief conclusions on bachelor's work:

The first section reveals the theoretical aspects of the market value of a business.

The second section provides an assessment of the financial activities of Uniburger RUS LLC.

The third section suggests ways that are necessary to increase the market value of the business of Uniburger RUS LLC.

Structure and scope of work. The work consists of an introduction, 3 chapters, a conclusion, and a list of references.

Оглавление

Введение.....	5
Глава 1 Теоретические аспекты оценки рыночной стоимости бизнеса	7
1.1 Экономическое содержание рыночной стоимости бизнеса	7
1.2 Методы оценки рыночной стоимости бизнеса	10
Глава 2 Анализ деятельности и оценка стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС».....	17
2.1 Технико-экономическая характеристика деятельности ООО «Юнибургер РУС»	17
2.2 Оценка стоимости бизнеса доходным методом ООО «Юнибургер РУС»	32
Глава 3 Разработка мероприятий, направленных на повышение рыночной стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС»	39
3.1 Разработка проекта, направленного на повышение прибыли компании.....	39
3.2 Оценка эффективности проекта	45
Список используемой литературы	54
Приложение А Организационная структура	58
Приложение Б Алгоритмы внедрения ERP – системы и автопарка	60
Приложение В Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса.....	62
Приложение Г Функциональные места и бизнес-процессы ООО «Юнибургер Рус»	66

Введение

В эпоху стремительных рыночных трансформаций, высокая конкуренция между компаниями значительно усиливается.

В свете этих обстоятельств, первостепенное значение приобретает оценочная деятельность, направленная на увеличение рыночной стоимости бизнеса. Показатель рыночной стоимости представляет собой показатель о производительности и способности компании успешно конкурировать на рынке бизнеса.

В поисках эффективных путей усиления рыночной стоимости, компании и индивидуальные предприниматели сталкиваются с задачей всестороннего исследования собственной экономической активности.

Изучение данной области предоставит возможность выделить основные аспекты, которые оказывают весомое воздействие на рыночную стоимость бизнеса, что особенно значимо в контексте переменчивой экономики, насыщенной конкуренции.

Рассмотрение применимых методов увеличения рыночной стоимости бизнеса, включая маркетинговое развитие, инновационные стратегии, позволит сформулировать обоснованные рекомендации для увеличения стоимости предприятия.

Анализ текущего статуса собственных дел также способствует точному определению направлений для улучшения и расширения бизнес-горизонтов.

Цель исследования – проанализировать и разработать пути повышения рыночной стоимости бизнеса.

Задачи исследования:

- изучить теоретические основы повышения рыночной стоимости бизнеса;
- провести анализ деятельности предприятия и оценить рыночную стоимость бизнеса;
- разработать мероприятия для повышения рыночной стоимости бизнеса.

Объект исследования – ООО «Юнибургер РУС», основным видом деятельности, которого является производство мясных (мясо содержащих) полуфабрикатов.

Предмет исследования – методы оценки рыночной стоимости бизнеса.

Структура и объем работы.

Работа состоит из введения, 3-х глав, заключения, списка используемой литературы.

Глава 1 Теоретические аспекты оценки рыночной стоимости бизнеса

1.1 Экономическое содержание рыночной стоимости бизнеса

В обстановке нестабильности и динамичного развития экономики Российской Федерации, где первые шаги в направлении рыночной модели были предприняты еще в начале девяностых годов прошлого столетия, и до сегодняшнего момента - времени замысловатых экономических устройств, включающих реакции различных отраслей и компаний на многочисленные изменения в окружающей бизнес-среде – трансакции, затрагивающие права собственности. Они повлекли за собой неотложную необходимость в точном оценивании ценности активов. Налицо переход активов и целых компаний к новым владельцам, что превращает их в цели для исчисления стоимости. Получается, что зачастую недостаточно простых измерительных шаблонов для квалифицированной оценки сложных организационных структур, ведь каждый случай уникален по своему набору переменных и условий, оказывающих влияние на ценность.

При рассмотрении вопросов оценки стоимости бизнеса необходимо, прежде всего, определить содержание термина «оценка стоимости бизнеса». Оценка стоимости организации —это процедура по расчету рыночной стоимости организации, её активов и пассивов. Оценка бизнеса – это совокупность действий, которые выполняет профессиональный оценщик с целью предоставления обоснованного заключения о стоимости объекта оценки на определенную дату в денежных единицах [16].

Исследование экономической сущности рыночной стоимости бизнеса предполагает многоуровневый подход к анализу ее финансовой устойчивости и рыночных перспектив. Включенный в данную процедуру, этот подход опирается на изучение материальных и нематериальных активов фирмы, ее финансовых результатов, деловой модели, условий конкуренции,

потенциальных возможностей для расширения, различных риск-факторов и прогнозируемых доходов, затем применяется метод дисконтирования будущих финансовых доходов.

Опрос, как основной метод выявления и оценки знаний в области финансовой грамотности, позволяет априори установить ранговые характеристики для дальнейшей идентификации респондентов по их обобщенным характеристикам и увидеть, какие решения финансового характера принимают разные группы людей. по указанным характеристикам [17].

Рыночная стоимость является объективной, не зависимой от желания отдельных участников рынка и отражает реальные экономические условия, складывающиеся на этом рынке [13].

Рыночная стоимость компании (Enterprise value (EV)) – это оценка инвесторами и аналитиками ценности компании. Она определяется с учетом всех источников ее финансирования: долговых обязательств, привилегированных акций, доли меньшинств и обыкновенных акций.

Аналитики стоимости могут быть озадачены более сложным алгоритмом прогнозирования будущих показателей. Оценщики указывают на ситуации, когда оцениваются специализированные активы и обычный прибыльный торговый бизнес. Специализированные издания по оценке продолжают спорить о применимости стандартов оценки к разным видам оценок [18].

Оценка рыночной стоимости компании применяется в следующих случаях:

- для определения стоимости залогового обеспечения при получении кредита;
- при страховании бизнеса в целом или его частей;
- при ликвидации или реструктуризации бизнеса;
- для целей сделки купли-продажи целиком или частично (в последнем случае определяется стоимости доли компании);

- для обоснования целесообразности инвестиционных проектов;
- для аналитического отдела или руководства, при формировании или проведении антикризисной политики.

Рыночная стоимость компании может определяться разными методами: затратным, сравнительным и доходным [9].

Значимость оценки стоимости предприятия в современном бизнесе определяется рядом причин. Во-первых, оценка бизнеса позволяет продавцу или покупателю определять наиболее реальную цену при различного рода сделках. Во-вторых, знание величины рыночной стоимости позволяет собственнику бизнеса оптимизировать процесс производства, приняв при необходимости ряд управленческих мер, направленных на увеличение рыночной стоимости. Соответственно, периодическая рыночная оценка бизнеса (при понимании процесса управления стоимостью бизнеса) позволяет повысить эффективность управления, а в ряде случаев и предотвратить банкротство. А также является основанием для выработки стратегии предприятия [6].

Эффективное формирование финансовых стратегий является фундаментальным фактором, обеспечивающим конкурентное преимущество и долгосрочную стабильность предприятий в условиях переменной экономической ситуации. Оптимальное распределение финансовых ресурсов между различными направлениями деятельности и проектами, а также управление капиталом и долговыми обязательствами, необходимы для поддержания финансовой независимости организации. Иные важные элементы, такие как бюджетное планирование, контроль над ликвидностью и управление инвестициями, также являются составной частью финансовой стратегии.

Для того, чтобы разработать стратегию, которая будет способствовать укреплению финансового положения и увеличению доходности бизнеса, необходим детальный анализ, включающий изучение внутренних активов компании и анализ внешней коммерческой атмосферы, конкуренции,

новейших технологий и рыночных тенденций. Гибкость и способность предприятия оперативно откликаться на рыночные перемены, принимая взвешенные финансовые меры, свидетельствуют о том, что организация умело манипулирует экономическими ресурсами, что ведет к максимальной выгоде и сокращению потенциальных рисков.

В силу этого, наличие квалифицированной финансовой стратегии признаётся неизменным компонентом стратегической управленческой практики, что позволяет организации успешно приспосабливаться к текущим и предстоящим рыночным вариациям, улучшая эффективность и углубляя конкурентные позиции.

Итоги оценки стоимости организации, полученные с помощью каждого из указанных базовых подходов, базируются на различных аспектах финансовой деятельности организации. В связи с этим согласование результатов, полученных в границах различных подходов, как правило, зависит от разного влияния тех факторов, которые становятся определяющими в ходе согласования оценки стоимости организации [4].

1.2 Методы оценки рыночной стоимости бизнеса

Анализ рыночной стоимости бизнеса играет центральную роль для участников рынка, стремящихся к адекватной оценке стоимости компании в рамках рыночной экономики. Понимание цены компании на открытом рынке дает возможность для квалифицированных операций купли-продажи и инвестиции в нее. Прозрачность и корректность оценки обуславливается выбором методологии, которая должна соответствовать уникальным чертам и целям анализируемого бизнеса. Операционное превосходство обеспечивает большую валовую прибыльность и возможность органического роста розничных сетей за счет инвестирования в саморазвитие за счет собственного оборотного капитала [19].

Основными подходами, используемыми при проведении оценки, являются сравнительный, доходный и затратный подходы. При выборе используемых при проведении оценки подходов следует учитывать не только возможность применения каждого из подходов, но и цели и задачи оценки, предполагаемое использование результатов оценки, допущения, полноту и достоверность исходной информации. На основе анализа указанных факторов обосновывается выбор подходов, используемых оценщиком [6].

Сравнительный подход – это совокупность методов оценки, основанных на получении стоимости объекта оценки путем сравнения оцениваемого объекта с объектами аналогами. Сравнительный подход рассчитывается по следующей формуле 1:

$$V = Veg \cdot П, \quad (1)$$

где V – рыночная стоимость бизнеса;

Veg – стоимость единицы сравнения объекта-аналога;

$П$ – дата оценки, д.

Сравнительный подход рекомендуется применять, когда доступна достоверная и достаточная для анализа информация о ценах и характеристиках объектов-аналогов. При этом могут применяться как цены совершенных сделок, так и цены предложений. В рамках сравнительного подхода применяются различные методы, основанные как на прямом сопоставлении оцениваемого объекта и объектов-аналогов, так и методы, основанные на анализе статистических данных и информации о рынке объекта оценки.

Также в рамках сравнительного подхода оценщик определяет стоимость акций, паев, долей в уставном (складочном) капитале, имущественного комплекса на основе информации о ценах сделок с акциями, паями, долями в уставном (складочном) капитале, имущественными комплексами организаций-аналогов с учетом сравнения финансовых и производственных показателей деятельности организаций-аналогов и

соответствующих показателей организации, ведущей бизнес, а также на основе ценовой информации о предыдущих сделках с акциями, паями, долями в уставном (складочном) капитале, имущественным комплексом организации, ведущей бизнес.

Организацией-аналогом признается:

- организация, осуществляющая деятельность в той же отрасли, что и организация, ведущая бизнес;
- организация, сходная с организацией, бизнес которой оценивается, с точки зрения количественных и качественных характеристик, влияющих на стоимость объекта оценки.

Оценщик при применении сравнительного подхода также может применять математические и иные методы моделирования стоимости. Выбор моделей для определения стоимости осуществляется оценщиком и должен быть обоснован.

Преимущества сравнительного анализа: на примере конкретного объекта демонстрируется взаимосвязь объемов спроса и предложения, отраженная в настоящих достижениях компании и соотносимых с текущим положением на рынке – этот фактор основан на надежных данных.

Недостатки сравнительного анализа: определение потенциала компании не включается в анализ, поскольку подход применяет ретроспективный расчет. Этот процесс оценки характеризуется высоким уровнем трудоемкости, требуя серии коррекций. Значительную эффективность приобретают изложенные методы лишь при условии доступности обширной финансовой информации, касательно анализируемой организации в сопоставлении с ее аналогами в отрасли.

Доходный подход – это совокупность методов оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от использования объекта оценки. Доходный метод рассчитывается по следующей формуле 2:

$$V = \frac{I}{R} \quad (2)$$

где V – рыночная стоимость бизнеса;

I – величина чистой прибыли;

R – ставка капитализации.

Доходный подход рекомендуется применять, когда существует достоверная информация, позволяющая прогнозировать будущие доходы, которые объект оценки способен приносить, а также связанные с объектом оценки расходы.

В рамках доходного подхода применяются различные методы, основанные на дисконтировании денежных потоков и капитализации дохода.

В рамках доходного подхода оценщик определяет стоимость объекта оценки на основе ожидаемых будущих денежных потоков или иных прогнозных финансовых показателей деятельности организации, ведущей бизнес (в частности, прибыли).

При определении стоимости объекта оценки с использованием методов проведения оценки объектов оценки доходного подхода оценщику следует произвести поэтапный анализ и расчеты согласно методологии оценки.

Преимущества доходного метода, следующие: экономическое старение организаций и антиципация инвестиционных возвратов активно отражаются в данной методике анализа. Рассчитывая потенциальные доходы, метод позволяет интегрировать текущие тенденции рыночных условий.

Недостатки доходного метода, следующие: основываясь на предположениях вместо устоявшихся деталей, подход уязвим перед ошибками. Точность процентной ставки дисконтирования бывает подорвана ограниченностью информации и рыночными нестабильностями.

Затратный подход – это совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении затрат, необходимых для приобретения, воспроизводства либо замещения объекта оценки с учетом

износа и устаревании. Затратный метод оценки рыночной стоимости бизнеса следующим образом (формула 3):

$$V = ROA - \text{ПДН} \quad (3)$$

где V – рыночная стоимость бизнеса;

ROA – активы;

ПДН – показатель долговой нагрузки.

Предлагаемый подход основан на интеграции частных оценок стоимости предприятия, в том числе с использованием финансовой отчетности, что позволяет выявить направления повышения уровня капитализации за счет собственной эффективности предприятия [20].

Затратный подход преимущественно применяется в тех случаях, когда существует достоверная информация, позволяющая определить затраты на приобретение, воспроизводство либо замещение объекта оценки.

В рамках затратного подхода применяются различные методы, основанные на определении затрат на создание точной копии объекта оценки или объекта, имеющего аналогичные полезные свойства. Критерии признания объекта точной копией объекта оценки или объектом, имеющим сопоставимые полезные свойства, определяются федеральными стандартами оценки, устанавливающими требования к проведению оценки отдельных видов объектов оценки и (или) для специальных целей.

В рамках затратного подхода оценщик определяет стоимость объекта оценки на основе стоимости принадлежащих организации, ведущей бизнес, активов и принятых обязательств. Применение затратного подхода носит ограниченный характер и данный подход, как правило, применяется, когда прибыль и (или) денежный поток не могут быть достоверно определены, но при этом доступна достоверная информация об активах и обязательствах организации, ведущей бизнес.

При использовании затратного подхода конкретный метод проведения оценки объекта оценки применяется с учетом ожиданий относительно перспектив деятельности организации (как действующая или как ликвидируемая) [4].

Преимущества затратного метода: для предпринимателей, стремящихся не к приобретению, а к возведению зданий, привлекательность затратного подхода основывается на его способности к точности при оценке инновационных проектов. Этот метод особенно эффективен при анализе использования недвижимости, как например, при оценке того, как рационально эксплуатируются площади под земельные участки.

Недостатки затратного метода: реальная стоимость объектов зачастую не соответствует вложенным финансовым ресурсам. Вдобавок, когда дело касается устаревших строений, определение их воспроизводственной стоимости превращается в задачу высокой сложности. Раздельный расчет стоимости земельного участка и возведенных на нем конструкций также вызывает трудности. Важно отметить, что при использовании методов затратного подхода часто упускают из виду стратегические перспективы развития бизнеса. Согласно этому, практическая применимость затратного подхода в оценочной деятельности ограничивается его собственной сложностью.

Подводя итог, можно сделать вывод, что, основываясь на будущих финансовых перспективах, доходный подход к оценке отображает величину стоимости компании через потенциальные денежные потоки, которые она способна создать. В случае ООО «Юнибургер РУС», обладающего устойчивым характером доходов, этот метод выступает адекватным инструментом для расчета будущих доходов. Для точности подобного подхода критично оценить предстоящие денежные поступления предприятия и скорректировать их, принимая во внимание временную стоимость капитала. Через применение обратного дисконтирования, инвесторы, предприниматели

и финансовые аналитики смогут оценить экономическую стоимость ООО «Юнибургер РУС».

В зависимости от индивидуальных особенностей и намерений ценообразования, могут быть задействованы различные процедуры оценки. Относительно ООО «Юнибургер РУС», аппроксимация рыночной стоимости с использованием доходного метода представляется как осмысленный выбор, благодаря прогнозируемости их экономического будущего. Обоснованность применения данного подхода укрепляется при условии подтверждения надежности и предвидения их доходов.

Следовательно, обозначение рыночной стоимости ООО «Юнибургер РУС», со сфокусированным вниманием на ее способность, становится реализуемым благодаря доходному методу.

Глава 2 Анализ деятельности и оценка стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС»

2.1 Технико-экономическая характеристика деятельности ООО «Юнибургер РУС»

Современные условия развития хозяйственной среды требуют установления целевых значений показателей инновационного развития российского бизнеса с учетом стремления его субъектов к лидерским позициям, то есть реализации бизнес-модели совершенства. Для продвижения компаний к более высоким уровням совершенства необходим комплекс инновационных мероприятий.

Одной из приоритетных стратегий компании ООО «Юнибургер РУС» является развитие новых технологий производства полуфабрикатов в условиях высокой конкуренции на этом рынке. В данной отрасли активно функционируют множество производителей, предлагающих разнообразные продукты, поэтому постоянное совершенствование качества и разнообразия ассортимента необходимо для успешного развития компании.

Общество с ограниченной ответственностью «Юнибургер РУС» начало свою деятельность в 2017 году. Компания, специализирующаяся на производстве мясных (мясо содержащих) полуфабрикатов.

Место нахождения компании: Ульяновская обл., г. Ульяновск, ул. Шолмова, д. 5А офис 2.

Основным видом деятельности является производство мясных (мясо содержащих) полуфабрикатов, также зарегистрировано 12 дополнительных видов деятельности.

Данный вид деятельности является основным, но помимо него имеются еще виды деятельности, которые затрагивает организация:

- 10.13.1 – производство соленого, вареного, запечённого, копченого, вяленого и прочего мяса;

- 10.13.5 – производство кулинарных мясных (мясо содержащих) изделий;
- 10.13.6 – производство прочей пищевой продукции из мяса или мясных пищевых субпродуктов;
- 10.20 – переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков;
- 10.86.3 – производство мясной продукции для детского питания, в том числе из мяса птицы;
- 10.89 – производство прочих пищевых продуктов, не включенных в другие группировки;
- 10.89.2 – производство скоропортящихся продуктов, таких как: сэндвичи и свежая пицца (полуфабрикат);
- 10.89.9 – производство прочих продуктов питания, не включенных в другие группировки;
- 46.32.2 – торговля оптовая продуктами из мяса и мяса птицы;
- 46.38.2 – торговля оптовая прочими пищевыми продуктами.

Численность работников предприятия в настоящее время составляет 46 человек и постоянно увеличивается.

Предметом деятельности предприятия является, производство и реализация мясных полуфабрикатов, таких как бургеры, котлеты, колбасы, фарши, сосиски и другие продукты из мяса, и сыра.

Развитие новых технологий производства полуфабрикатов является стратегически важным направлением, способным приносить компании ряд преимуществ и конкурентных преимуществ. Важно выделить потенциальные преимущества развития новых технологий производства полуфабрикатов:

- улучшение качества продукции. Повышение качества позволяет увеличить экспорт товаров и услуг, улучшить структуру экспорта, повысить эффективность общественного производства, так как улучшение качества продукции в конечном итоге приводит к более эффективному использованию средств и предметов труда, трудовых и

финансовых ресурсов [5]. Внедрение прогрессивных производственных методик обеспечивает стремительное повышение производительности, позволяя ускорить темпы производственных процессов и уменьшить издержки;

– увеличение производительности. Это способствует не только повышению качественных характеристик полуфабрикатов, делая их насыщеннее вкусом, питательными атрибутами и безопасностью для конечных потребителей, но и расширяет возможности компании в создании новых видов продукции. Автоматизация, стоящая в авангарде современных подходов, является ключом к достижению этих изменений. Она не только непосредственно влияет на уровень качества, но и дает возможность компании лидировать на рынке, опережая конкурентов и соответствуя изменчивым потребностям покупателей;

– расширение ассортимента. Расширение ассортимента позволяет использовать перекрестные продажи, что упрощает маркетинговые стратегии и повышает эффективность продвижения в целом [3]. Следует учесть, что разработка и использование передовых технологий в производстве требуют вложений средств, профессионального анализа и времени;

– соответствие требованиям рынка. Такая стратегическая инициатива потенциально ведет к осязаемому увеличению рыночной ценности предприятия и обеспечивает перспективы значительной экономической отдачи.

В контексте повышения рыночного капитала компаний, реализация инновационных методик в изготовлении полуфабрикатов, хотя и требует значительных ресурсных вложений и временных затрат, предоставляет существенные преимущества. Эти инвестиции в конечном счёте способствуют увеличению рыночной стоимости предприятий.

ООО «Юнибургер РУС» осуществляет торговую деятельность на территории Ульяновской области, и его продукция соответствует основным международным стандартам таким как:

- ISO 22000 (стандарт по системе менеджмента безопасности пищевой продукции) (ГОСТ Р ИСО 22000-2019) – это международный стандарт качества, разработанный для применения на всех предприятиях, участвующих в производстве, упаковке и транспортировке пищевых продуктов [11]. Отдельное внимание уделяется ISO 22000, который служит гарантом безопасности пищевых продуктов на всем протяжении цепочки поставок, начиная от закупки сырья до момента, когда продукт достигает потребителя;
- HACCP (анализ опасностей и контроль критических точек) – (англ. Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) — это концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции [14];
- GMP (хорошие производственные практики) – это международный стандарт, устанавливающий требования к производству и контролю качества на пищевых и высокотехнологичных предприятиях [12];
- BRC (стандарт безопасности пищевых продуктов) – международный стандарт качества, активно внедряемый среди производителей и поставщиков упаковки, которые обязаны внедрять соответствующие системы и меры контроля для обеспечения безопасности упаковки [1];
- IFS (стандарт пищевой безопасности) – международный стандарт на пищевую продукцию (от англ. IFS – International food standard). Стандарт IFS Food позволяет оценивать системы обеспечения безопасности и качества пищевых продуктов поставщиков, руководствуясь единым подходом [1].

Клиентская база предприятия включает в себя лиц, непосредственно употребляющих товары в персональных целях (конечные потребители). Дополнительно, активы компании находят отток через супермаркеты и прочие ритейлеры, предоставляющие продукцию финальному пользователю (розничные покупатели), а также через корпоративные субъекты, приобретающие партии продуктов с намерением дальнейшей перепродажи (оптовые покупатели). Кроме того, организации, занимающиеся доведением продукции до рыночных сегментов (дистрибьюторы), и вендоры, обеспечивающие предприятие ресурсами для её создания (партнеры и поставщики), также существенны. В Приложении А (рисунок А.1) представлена организационная структура ООО «Юнибургер РУС».

Во главе компании находится генеральный директор – руководит текущей деятельностью компании решает все вопросы, которые не отнесены настоящим уставом и Федеральным законом.

Управленческая иерархия представлена линейно-функциональной структурой, во главе которой стоит глава компании. Помощь в наведении порядка внутри организации, координация между партами, визионерское планирование и реализация корпоративных целей – вот что лежит на плечах заместителя.

Отдел продаж, как механизм для наращивания финансовых показателей и конкурентоспособности, обособленно функционирует под управлением своего руководителя, стремясь к расширению клиентской сети и увеличению доходности.

Отдел закупок состоит из специалиста по закупкам. Специалист по закупкам в ООО «Юнибургер Рус» отвечает за закупку товаров и услуг для компании.

Логистический отдел, занимающийся оптимизацией и планированием доставок, прямо участвует в обеспечении континуальности поставок и удовлетворении требований клиентов путём маршрутизации товарных потоков между поставщиками, складами и конечными потребителями.

Специалисты, числящиеся в данном подразделении, фокусируются на пунктуальности отправления и прибытия товаров, их складской обработке – приеме, хранении и подготовке к отгрузке.

Напрямую генеральному директору подчиняется производство. Производство состоит из начальника и рабочих.

В интересах оптимизации производственных процессов в компании «Юнибургер Рус», начальник производства, работающий в тандеме с рабочими, внедряет стратегии расстановки оборудования и эффективного управления линиями сборки. Организационные обязанности начальника охватывают разработку производственных планов и их реализацию, через контроль качества выпускаемой продукции и её соответствие установленным нормам. В его пределах находится управление численностью и дисциплиной персонала, а также надзор за соблюдением норм безопасного труда.

Рабочие ООО «Юнибургер Рус» исполняют задачи, варьирующиеся согласно их профессиональным областям и должностным обязанностям. Среди персонала, задействованного в процессе изготовления товаров компании, выделяются следующие группы:

- персонал, задействованный в непосредственном изготовлении бургеров, включая картофель фри и прочую продукцию. Эти рабочие охватывают процессы от подготовки компонентов до их термической обработки, приготовления соусов и компоновки продуктов в финальное блюдо;
- работники, отведённые под упаковывание готовых изделий, используют различные упаковочные решения и контейнеры, предназначенные для последующей доставки или распространения;
- эксперты, занимающиеся контролем качества, следят за соответствием ингредиентов и конечных продуктов стандартам качества и требованиям безопасности пищевого производства;
- сотрудники склада вносят свой вклад, обеспечивая адекватное управление запасами, включая приём, консервацию и отправку товаров.

Задачи и функции, присущие каждой из перечисленных групп сотрудников ООО «Юнибургер Рус», способствуют поддержанию высочайших стандартов качества продуктов и удовлетворению запросов клиентуры.

В обязанности бухгалтерии общества с ограниченной ответственностью «Юнибургер Рус» входит руководство финансово-экономическими операциями организации. Формируемая внутрикорпоративной финансовой службой отчетность, расчет заработной платы, управление кадрами, а также мониторинг денежных потоков и взаимодействие с официальным регулированием представляют основной объем ее ответственности и деятельности. Кроме того, залог успеха кроется в безукоризненном ведении учетной документации.

В то же время, юридический отдел ООО «Юнибургер Рус» жизненно необходим для юридической поддержки и подкрепления законностью всех аспектов ее функционирования. Сотрудников данного отдела обязуют обеспечивать согласие с нормативно-правовыми актами, предлагать профессиональное консультирование по правовым вопросам, тщательно прорабатывать и анализировать договорные обязательства, защищать интересы компании в ходе судебных разбирательств и выполнять стратегическую задачу – обеспечение юридической неприкосновенности, наряду с достижением согласованных решений и взаимодействий с государственными учреждениями.

Проведем горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Юнибургер РУС». Цель горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности состоит в том, чтобы наглядно представить изменения, произошедшие в основных статьях баланса, отчета о прибыли и отчета о денежных средствах и помочь менеджерам компании принять решение в отношении того, каким образом продолжать свою деятельность [2].

В вертикальном анализе бухгалтерского баланса нам представлены показатели долей элементов хозяйственной жизни предприятия в общей

структуре баланса. Поэтому иногда его называют «структурным». Отчет о финансовых результатах ООО «Юнибургер Рус» представлен в Приложении В, таблица В.1.

Вертикальный анализ бухгалтерского баланса имеет целью выявление изменений финансового состояния бизнеса. В активе баланса показатель материальных внеоборотных активов появился только в 2023г. Но показатель запасы по сравнению с 2022 г. (1902) – 15,7% в 2023 г. (2065) – 13,3% – сократился в процентном соотношении на 2,5%. Так же сократился в процентном соотношении показатель денежные средства и денежные эквиваленты с 8,5% до 2,2%. Финансовые и другие оборотные активы сократились на 0,9%. Но общий баланс увеличился по сравнению с 2022 г. 12086 до 15617 в 2023 г.

Уменьшение объемов складирования может привести к невозможности удовлетворения клиентских потребностей и, как следствие, отрицательно сказаться на доходах предприятия. Нарушение баланса между наличием товаров и спросом потребителей подрывает качество обслуживания, что несомненно отражается на финансовом результате организации.

Сокращение показателя денежные средства и денежные эквиваленты на 6,3% означает, что количество денежных средств и эквивалентов у компании уменьшилось на 6,3% по сравнению с предыдущим периодом. Денежные средства и денежные эквиваленты включают наличные деньги, депозиты и другие финансовые активы, которые могут быстро обменяться.

В Приложении В (таблица В.2) представлен горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Юнибургер Рус» и отображены ключевые экономические изменения в показателях финансового состояния компании.

Эти показатели служат инструментом для квалифицированного отображения флуктуаций, как в процентном, так и в абсолютном измерении. При анализе традиционно используется сопоставление со значениями прошлого периода, что позволяет оценить модификации в структуре

долгосрочных и краткосрочных финансовых обязательств предприятия, произошедшие в течение последних двух или трех лет.

Большее количество показателей увеличивается, но показатель денежные средства и денежные эквиваленты сократился на 65,3% по сравнению с 2022 годом (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ финансовых результатах ООО «Юнибургер Рус»

Наименование показателя	Код	За 2021 г	За 2022 Г	За 2023 Г	Изменения		
					Разница в %, между 2021-2022гг	Разница в %, между 2022-2023гг	Разница в %, между 2021-2023гг
Выручка	2110	51002	86647	160159	69,9%	84,8%	214%
Расходы по обычной деятельности	2120	46938	79468	148019	69,3%	86,3%	215,4%
Процент к уплате	2330	-	-	-	-	-	-
Прочие доходы	2340	-	-	1100	-	-	-
Прочие расходы	2350	2818	5120	9509	81,7%	85,7%	237,4%
Налоги на прибыль (доходы)	2410	249	412	746	65,5%	81,1%	199,6%
Чистая прибыль (убыток)	2400	997	1647	2985	65,2%	81,2%	199,4%

В таблице 1 представлен анализ о финансовых результатах – ООО «Юнибургер Рус» имеет упрощенную налоговую форму. Можно заметить, что показатель выручка по сравнению с 2022 г. (86657) – вырос на 84,8% и составляет в 2023 г. (160159). И все показатели данного отчета также увеличиваются.

Оценка текущей экономической стабильности ООО «Юнибургер Рус» позволяет считать, что её финансовое положение достаточно стабильно, хотя и не соответствует всем предписанным стандартам. Из этого следует, что финансовый баланс компании требует некоторой корректировки с целью оптимизации специфических показателей, тем не менее, общий план деловой

ситуации можно охарактеризовать как оптимистичный. Такой анализ, включая вертикальный и горизонтальный, выполняется с целью информирования руководства о текущем положении дел, что позволяет ему модифицировать стратегии ведения бизнеса и формировать объективные управленческие постановления на основе объективных данных.

Для повышения рыночной стоимости бизнеса «Юнибургер РУС» будут использованы исследования, с помощью которых можно будет выявить ключевые факторы, влияющие на успешность компании. Некоторые из основных исследований в этом случае могут включать в себя SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) - позволяет увидеть реальную ситуацию в компании с учетом внешних угроз и возможностей. Он помогает воспользоваться изменениями конъюнктуры рынка и посмотреть, как сильные стороны предприятия обыграть с точки зрения маркетинга и продаж, чтобы они были более ценными для целевой аудитории.

В Приложении А (рисунок А.2) представлен SWOT-анализ ООО «Юнибургер РУС». Исходя из предоставленной информации, можно сделать следующие выводы о компании ООО «Юнибургер РУС»:

- хорошо развито производство по изготовлению. Благодаря этому ООО «Юнибургер РУС» обладает инфраструктурой и возможностями со стороны технического подхода для производства продукции в хорошем объеме. Это приводит к обеспечению стабильного предложения продукции на рынке;
- широкий ассортимент блюд, учитывающий предпочтения потребителей. Благодаря этому ООО «Юнибургер РУС» имеет наличие широкого ассортимента продукции, что может поспособствовать большему привлечению потребителей и удовлетворить разнообразные потребности клиентов;
- высокий уровень качества продукции. Благодаря этому компания формирует лояльность и повышает конкурентоспособность на рынке, так как высокое качество продукции способствует этому;

– узнаваемый бренд с хорошей репутацией. Для ООО «Юнибургер РУС» имение узнаваемого бренда и отменной репутации может способствовать привлечению новых клиентов, укреплению позиций на рынке мясо производителей.

Из выше предоставленной информации, можно выделить следующие слабые стороны компании ООО «Юнибургер РУС»:

– возможные проблемы с качеством сырья и ингредиентов. ООО «Юнибургер РУС» может привести к низкому качеству сырья, что напрямую отразится на качестве продукции. Это активно и негативно повлияет на репутацию компании;

– недостаточное использование инновационных технологий в производстве. Не использование и не совершенствование компании в современных технологий может привести к ухудшению производительности, эффективности и конкурентоспособности компании;

– ограниченные маркетинговые возможности и активности. Неактивное продвижение продукции и недостаточные маркетинговые возможности могут привести ООО «Юнибургер РУС» к малой видимости на рынке и снижению объемов продаж;

– недостаточное внимание к потребностям клиентов и изменениям на рынке. Для ООО «Юнибургер РУС» неправильное реагирование на заказы и потребности клиентов и изменения потребностей на рынке может напрямую привести к потере клиентов, вместе с этим и к упущенным возможностям для развития бизнеса;

– возможные проблемы с логистикой и доставкой продукции. Неорганизованная логистика и доставка продукции может привести ООО «Юнибургер РУС» к задержкам в поставках, ухудшению качества продукции и неудовлетворенности клиентов.

ООО "Юнибургер Рус» имеет значительные возможности для развития и улучшения своего бизнеса.

- расширение производства в новые регионы России. Благодаря этому компания может увеличить объемы продаж и расширить клиентскую базу. При этом необходимо учитывать особенности регионального рынка, спроса на продукцию и конкурентную среду;
- развитие программ лояльности и маркетинговых акций для привлечения новых клиентов. Компания благодаря этому сможет укрепить связь с текущими клиентами и привлечь новых. С помощью программы лояльности компания может стимулировать продажи в периоды спада спроса, предлагая клиентам дополнительные бонусы или скидки;
- партнерство с поставщиками для обеспечения стабильности поставок и снижения затрат. Для ООО «Юнибургер РУС» возможность сотрудничества с надежными поставщиками позволит обеспечить стабильное качество сырья, вместе с этим снизить риски дефицита и совершенствовать затраты на закупки;
- партнерство с ресторанами, сетями магазинов и другими партнерами для расширения сбыта. Благодаря этому компания сможет увеличить точки продаж и расширить потребителей, что способствует сотрудничеству с каналами сбыта и увеличению объемов продаж.

ООО «Юнибургер Рус» сталкивается с рядом угроз, которые могут повлиять на бизнес.

- изменение вкусовых предпочтений потребителей и изменения в экономической ситуации. Для ООО «Юнибургер РУС» данные факторы могут способствовать к снижению спроса на продукцию компании;
- увеличение конкуренции со стороны других крупных игроков на рынке может привести к появлению новых конкурентов, что способствует снижению доли рынка и ухудшению финансовых показателей;

- рост цен на продукты и услуги. Увеличение цен на сырье, топливо, трудовые ресурсы и другие затраты для ООО «Юнибургер РУС» могут отрицательно повлиять на прибыльности;
- возможные изменения в законодательстве. Изменения в законодательстве могут повлиять на бизнес-процессы ООО «Юнибургер РУС», например, требования к качеству продукции, налогообложение и другие аспекты деятельности.

Следующим пунктом идет анализ конкурентов – изучение деятельности конкурентов, он подразумевает рассмотрение стратегии конкурентов по ведению бизнеса, преимуществ и недостатков продуктов, объемов продаж, сильных и слабых сторон (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ конкурентов ООО «Юнибургер РУС»

Организация	ООО «Юнибургер РУС»	ООО «Марр Россия»	ООО «ТМ ФРОСТ- А»
Срок существования	7 лет	23 года	4 года
Выручка за 2023г	160 млн. руб.	26 млрд. руб.	890 млн. руб.
Качество продукции	Отличное	Отличное	Отличное
Технические возможности	20 наименований продукции	4000 наименований продукции	22 наименования продукции
Производственные мощности	95 тонн	30000 тонн	1500 тонн
Доставка и логистика - Свой автопарк?	Нет	Да 120 ед. техники	Да 10 ед. техники
Узнаваемость бренда	Средняя	Высокая	Средняя

В таблице 2 представлен анализ конкурентов ООО «Юнибургер РУС». Конкурентами компании являются ООО «Марр Россия» и ООО «ТМ ФРОСТ-А». Главным конкурентом является ООО «Марр Россия» – срок существования компании 23 года, выручка за 2023 г составляет 26 миллиардов рублей, что на 99,4% больше, чем у ООО «Юнибургер РУС» и на 96,6% больше, чем у ООО «ТМ ФРОСТ-А». Также компания имеет 4000 наименований продукции от мясных продуктов до напитков. ООО «Юнибургер РУС» существенно отстает по техническим возможностям

от ООО «Март Россия» на 99,5% и от ООО «ТМ ФРОСТ-А» на 0,9%. По производственным мощностям ООО «Юнибургер РУС» также отличается в меньшую стоимость. Оба конкурента имеют свой автопарк кроме нашей компании.

Далее идет анализ рынка и потребителей – изучение продаж товаров и изучение конкурентов. Так минимизируют риски провалов и подбирают нишу на рынке.

В сегменте полуфабрикатов российского рынка заслуживающее внимания переходит к усилению конкурентной активности. Производственные единицы реагируют на это складывающимся обстоятельством путём модернизации своей предложенной продукции, одновременно улучшая маркетинговые подходы и клиентский сервис. Зафиксированный подъем спроса на продукты без искусственных наполнителей акцентирует влияние здорового образа жизни на выбор потребителя, который всё более предпочитает натуральные составляющие. Особенно это заметно на примере повышенного интереса к товару, который не содержит консервантов и подобных добавок.

Онлайн продажи в своём развитии открывают заметные пространства для дистрибуции товаров, ведь предложения полуфабрикатов постепенно завоёвывают уважение покупателя в цифровом формате. Такое обстоятельство предоставляет производителям и торговым сетям расширить свою аудиторию. Отметка зрелости сектора подразумевает привлечение достаточного интереса со стороны клиентов, которые стремятся к скоростному и простому решению в вопросах питания, за счёт предпочтений в пользу скоро замороженных продуктов.

Абсолютно очевидно, что ключом к прогрессу в данных условиях служит тщательный анализ предпочтений и изменений, касающихся запросов потребителей в данной области. Не отставать от трендов, актуализируя производственную линейку в ответ на растущие запросы, – первостепенная задача для производителей. Одновременно продолжают своё расширение

спектры продуктов, обогащаясь новаторскими технологиями, что повышает вкусовые и качественные показатели исходного ассортимента.

Именно такие компании, как ООО «Юнибургер РУС», имеющие деловые связи с дистрибьюторами, ресторанами и крупными оптовиками, оказываются в выгодном положении для извлечения максимальной пользы из динамично изменяющейся рыночной ситуации.

Финансовый анализ - оценка финансового состояния компании, ее доходности, рентабельности, ликвидности. Финансовый анализ ООО «Юнибургер Рус» представляет собой процесс оценки финансового состояния и результатов деятельности данной организации. Он включает в себя

В таблице 3 представлены показатели автономности и покрытия инвестиций за период с 2021 по 2023 гг. Нормативное значение для данного коэффициента: более 0,75.

Таблица 3 – Показатели автономии и покрытия инвестиций ООО «Юнибургер РУС»

Показатель	2021г	2022г	2023г
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	0,23	0,29	0,41
Коэффициент покрытия инвестиций	0,23	0,29	0,41

Нормативные значения на протяжении всех лет наблюдается коэффициент ниже 0,5 и 0,75, но следует отметить, что значения с каждым годом увеличиваются. На данных этапах ООО «Юнибургер РУС» зависим от кредитов, и меньшая часть активов компании финансируется за счет устойчивых источников – собственных средств и долгосрочных пассивов.

Рассмотрим рентабельность компании в таблице 4. Нормативное значение для данного коэффициента: более 0.

Таблица 4 – Показатели рентабельности продаж, активов и собственного капитала ООО «Юнибургер РУС»

Показатель	2021г	2022г	2023г
Рентабельность продаж	2,0%	1,9%	1,9%
Рентабельность активов	12,5%	13,6%	19,1%
Рентабельность собственного капитала	54,4%	47,3%	46,2%

Рассматривая таблицу 4, можно наблюдать, что за года с 2021 по 2023 показатели выше 0, а значит нормативные показатели рентабельности продаж, рентабельности активов и рентабельности собственного капитала близки к нормативным. Существенно отличается показатель рентабельности собственного капитала на 2021 год – 54,4%, это значение выше нормативных.

Подведем итог, для того чтобы укрепить экономическое благополучие организации, целесообразно продолжать активные действия по уменьшению долгосрочной кредиторской задолженности, расширяя объем надежных финансовых резервов. Также следует наращивать уровень прибыльности для гарантирования последовательного экономического прогресса предприятия.

2.2 Оценка стоимости бизнеса доходным методом ООО «Юнибургер РУС»

Отрасли переработки мяса на полуфабрикаты свойственны сравнительно невысокие требования к материально-технической базе производства, и сравнительно невысокие «входные барьеры», что позволяет организовать его практически на любой базе. Такой подход часто используют розничные торговые сети и фирмы, торгующие мясом оптом, организуя и собственные цеха по выпуску мясных полуфабрикатов [7]. Для начала рассмотрим Приложение Г (рисунок Г.1) функциональных мест организации.

На представлены функциональные места ООО «Юнибургер РУС». Деятельность компании начинается с рекламы продукции, шаблона договора, информации о продукции, заявке клиента, шаблона заявки логистики и

рецептуры. В основных этапах участвуют следующие люди: отдел продаж, директор, юридический отдел, отдел логистики, отдел закупок и производство.

Деятельность организации в своей работе опирается на международные стандарты: ISO22000, HACCP, GMP, BRC, IFS.

Далее идет спецификация на продукцию, это документ, в котором перечисляются и подробно описывают поставляемые товары, в частности, их наименование, количество, сорта, марки и тому подобное. При необходимости в документе также прописывают качественные характеристики и цену товара [13].

В обязательном порядке транспортные средства, задействованные в перевозке мясных изделий, должны быть оборудованы соответствующим санитарным паспортом. Выдачей упомянутого документа занимаются местные структуры Роспотребнадзора, обеспечивая его актуальность в течение шести месяцев с момента выдачи.

Декларация о соответствии мясных продуктов подтверждает соответствие продукции требованиям безопасности, то, что мясо и мясная продукция не несут опасности для жизни и здоровья человека.

Аспекты, регламентированные Федеральным законом о рекламе в Российской Федерации, критически важны для поддержания благополучия потребителей и эффективности рыночной экономики. Предупреждение действий, вводящих в заблуждение и призванных обмануть потребителей, стоит на страже здоровья рынка, препятствуя введению в заблуждение и мошенничеству через рекламные сообщения. К тому же, закон закрепляет рамки, способствующие беспристрастной конкуренции, противостоя требованию монополистских практик. Порядок создания и распространения рекламы подчиняется устанавливаемым законом критериям, гарантируя тем самым его легитимность и предотвращая беззаконие. Кроме того, закон урегулировал механизмы ответственности, что способствует уменьшению

рисков для экономических агентов и их клиентов в случае пренебрежения установленными нормами [8].

Относительно обеспечения благосостояния общества, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей оказывает непреложное влияние через строгий контроль за продукцией, предотвращения болезней и отстаивания интересов потребителей. Интенсификация уровня продукции также есть в числе её прерогатив. В следствие этого, компания ООО «Юнибургер РУС» получает множество коммерческих преференций: увеличенную базу данных клиентов, согласованные контракты, отгруженные товары, высокий уровень обслуживания клиентуры и качественный конечный продукт.

На выходе ООО «Юнибургер РУС» получает расширенную клиентскую базу, готовый договор, отправленную продукцию, обслуженного клиента и готовую продукцию. В Приложении Г (рисунок Г.2) представлен бизнес-процесс обработки заявки клиента ООО «Юнибургер РУС».

Основными подразделами бизнес-процесса являются обработка заявки клиента, оформление заявки отдела логистики, производство и рекламная деятельность.

Обработка заявки начинается с шаблона договора, опираясь на спецификацию продукции, в данном этапе участвуют отдел продаж, юридический отдел и отдел закупок. На выходе данного этапа мы имеем обслуженного клиента и готовый договор, который входит во второй этап – оформление заявки отдела логистики.

Второй этап начинается с готового договора, и шаблона заявки логиста, опираясь на регламент грузоперевозок мясной продукции. В этапе участвует отдел закупок, и на выходе мы получаем обслуженного клиента и отправленную заявку в работу.

Третий этап – производство, он начинается с рецептуры, готового договора, опираясь на международные стандарты, федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека,

спецификации на продукцию и с декларации о спецификации мясной продукции. В этапе участвует производство, и на выходе получает готовую продукцию.

Четвертый этап – рекламная деятельность, начинается с информации для рекламной деятельности и информации о продукции. Работа происходит, опираясь на федеральный закон «О рекламе», в рекламной деятельности участвует директор, и на выходе мы получаем готовый рекламный материал и расширенную клиентскую базу.

Как и в любом производственном предприятии, в работе ООО «Юнибургер РУС» могут возникать различные проблемы, влияющие на результаты функционирования компании.

Проанализировав бизнес-процесс ООО «Юнибургер РУС» руководство выделило две основных проблемы, которые мешают увеличивать и расти в рыночной стоимости.

Первая проблема заключается в том, что отдел закупок закупает сырье только по одной заявке, независимо от цены, вместо того чтобы закупать на месяц по выгодной цене. Это приводит к неэффективному использованию ресурсов и возможным финансовым потерям. Из проблемы выявляется еще одна проблема – нехватка складских помещений. В Приложении Г (рисунок Г.3) представлен процесс работы отдела закупок.

Работа отдела закупок состоит из 4 этапов – обработка одной заявки, поиск возможных поставщиков, выбор поставщиков, прием товара. Главная проблема образуется на первом этапе, и третьем из-за того, что закупщик приобретает сырье только под отдельную заявку, то может происходить задержка поставок товара, тем самым нарушаются дедлайны поставки продукции клиенту. Также, при закупке сырья под отдельную заявку, организация не может экономить средства и увеличивать прибыль.

Отсутствие стратегической предусмотрительности в бизнес-процессах закупок может привести к следующим отрицательным последствиям:

Во-первых, неоптимальное управление ресурсами ведет к риску сокращения запасов, что угрожает непрерывности производства. Возможные задержки, связанные с доставкой или хранением, могут вынудить компанию приобретать материалы по завышенным расценкам, чтобы удовлетворить срочный спрос.

Во-вторых, финансовые издержки возникают ввиду недоиспользованных возможностей для эффективной экономии. Компании часто недооценивают потенциал закупки большего объема по льготной цене, что в итоге приводит к ненужным тратам.

В-третьих, случайная покупка материалов по завышенным ценам способствует росту затрат на производство, а это, в свою очередь, подрывает конкурентные позиции компании из-за высокой себестоимости выходной продукции.

В целом, ключевую роль играет разработка продуманной методики закупок, учитывающей масштабы, расценки и потенциал длительных отношений с поставщиками, что может укрепить финансовую стабильность и конкурентоспособность бизнеса.

Активное внедрение инновационной политики в области закупок и ресурсных потоков может оказать позитивное воздействие на экономические показатели и в целом на стоимость компании, особенно в случае использования доходного метода. Управляя закупками не только на непосредственные расходы, но и предвидя их стратегическое влияние на будущие доходы, можно значительно повысить капитализацию организации. Рассмотрение факторов, ухудшающих экономические результаты, таких как неоптимальное управление ресурсами, излишние траты за счет случайных приобретений дорогих материалов, и другие потери, свидетельствует о необходимости аудита и оптимизации процессов в сфере закупок. Так, неконтролируемые закупки и отсутствие эффективного управления издержками негативно влияют на прибыльность и финансовую устойчивость. Это, в свою очередь, сказывается на оценке стоимости предприятия,

основывающейся на подходе расчета дисконтированных денежных потоков или других методах, ориентированных на прибыль.

Таким образом, становится очевидным, что такая переменная, как стратегия закупок, напрямую интегрирована в механизм оценки ценности бизнеса по доходному методу. Она требует детализированной проработки и ревизии для увеличения прибыли и укрепления финансового положения организации.

Вторая проблема заключается в нестабильности и задержках в поставках товаров из-за долгого поиска машин для перевозки. Это приводит к нарушениям сроков выполнения заказов, нестабильности цен на перевозку и изменению себестоимости продукции. В приложении Г (рисунок Г.4) представлен процесс работы отдела логистики.

Работа отдела логистики состоит из 4 этапов: обработка заявки, поиск машины, формирование заявки, отправка груза.

Проблема формируется на втором и четвертом этапах. Поиск машины занимает большую часть времени при доставке продукции клиенту. Цены на логистику нестабильны, из-за этого происходят скачки в себестоимости продукции. Также могут нарушаться дедлайны в части, если поиск машины задерживается или клиенту не подходит цена, так как стоимость логистики увеличилась.

Проблема задержек и колебаний в логистических операциях, связанные с продолжительным поиском транспортных средств, имеют свойство оказывать значимое воздействие на рабочие показатели предприятия. Риск превышения расчетных сроков договорных поставок из-за нестабильного поиска транспорта может резко ухудшить имидж компании, причем потенциальные последствия включают отток заказчиков и подрыв доверия со стороны партнеров. К тому же, отсутствие гарантированных транспортных ресурсов приводит к неожиданному возрастанию издержек на перевозку, что неминуемо напрямую влияет на прибыльные показатели предприятия в сторону их уменьшения.

Доходным метод можно увидеть на этапах подбора транспорта и экспедирования товаров, способны оказывать непосредственное воздействие на экономическую эффективность предприятия. Специфическое влияние, оказываемое разладами и временными промедлениями в логистической цепи, может быть прослежено в контексте выручки компании. Проведем оценку рыночной стоимости ООО «Юнибургер РУС» используя формулу доходного метода (формула 4):

$$V = \frac{I}{R} \quad (4)$$

где V – рыночная стоимость бизнеса;

I – величина чистой прибыли;

R – ставка капитализации.

Тогда используя данные из бухгалтерского баланса ООО «Юнибургер РУС» получаем следующий результат:

$$2985000/0,46=6489000$$

Рыночная стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС» составляет 6 489 000 рублей.

Таким образом, использование доходного метода для повышения рыночной стоимости ООО «Юнибургер РУС» представляется ключевым фактором для увеличения доходности организации.

Глава 3 Разработка мероприятий, направленных на повышение рыночной стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС»

3.1 Разработка проекта, направленного на повышение прибыли компании

Стратегическое укрепление позиций на рынке, в процессе чего повышается конкурентоспособность и формируется долгосрочная ценность, ставит своей задачей не просто улучшение рыночной оценки бизнеса. Направлено оно на расширенное применение различных методов, включая эффективную оптимизацию хозяйственной деятельности, повышение узнаваемости бренда, расширение области товарооборота, а также на увеличение рентабельности. Всё это способствует долговременному росту стоимости предприятия, делая его всё более притягательным для будущих инвесторов и покупателей.

Для того, чтобы определить цель, нужно сформировать проблему. Анализируя ООО «Юнибургер РУС» было выявлено две проблемы, решение которых поможет повысить рыночную стоимость бизнеса.

Первая проблема заключается в том, что компания сталкивается с ограничением в закупке сырья, поскольку осуществляет закупки только по одной заявке без учета выгодных цен и оптимальных объемов закупок на месяц. Потерянные возможности для экономии расходов, совершенствования процедур производства и усиления производительности корпоративной деятельности приводят к затруднениям. Так, организация сталкивается со сложностями в поддержании необходимого количества материалов, ростом операционных затрат и понижением способности состязаться на рыночных площадках.

Вторая проблема заключается в том, что в компании существует нестабильность и задержки в поставках продукции из-за долгого логистического поиска. Данная проблема увеличивает издержки,

недовольство клиентов и компания теряет конкурентоспособность. Цели проекта:

- оптимизировать работу отдела закупок, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС»;
- оптимизировать работу отдела логистики, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС».

Пути повышения рыночной стоимости бизнеса являются важным аспектом управления компанией. Оптимизация бизнес-процессов и снижение издержек играют ключевую роль в достижении этой цели.

Внедрение системы ERP (Enterprise Resource Planning) в ООО «Юнибургер Рус» – это не просто установка программного обеспечения. Это адаптация программы к специфике бизнес-процессов организации, которая требует времени, внимательного планирования и глубокого понимания целей и процессов предприятия.

Далее был разработан алгоритм внедрения ERP – системы в ООО «Юнибургер РУС» (Приложение Б, рисунок Б.1).

Этап 1. Подготовительный этап, в данном этапе принимают участие директор, заместитель директора, специалист по закупкам.

Схема начинается с определением целей внедрения ERP - главной целью внедрения системы является оптимизация работы отдела закупок, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС». Далее идет формирование проектной группы и назначение ответственных. После сформированной группы идет проведение анализа бизнес-процессов компании. И итогом первого этапа является выбор подходящей ERP-системы, учитывая потребности и особенности компании. Специалисты ООО «Юнибургер РУС» проанализировав ситуацию в компании приняли решение остановиться на «1С: ERP Управление предприятием 2», так как данная программа подходит предприятию и возможна интеграция следующих блоков:

- бухгалтерский учет;
- кадровый учет;

- производственный учет;
- складской учет;
- учет продаж, как розничных, так и оптовых;
- CRM система для ведения клиентской базы;
- контроль логистических задач.

Этап 2. Проектирование, на данном этапе включаются заместитель директора, отдел закупок и специалист ERP – системы.

Следующим этапом является разработка плана внедрения системы ERP. Далее идет настройка системы под требования компании, на данном этапе работу проводит специалист системы ERP.

Этап 3. Реализация, на данном этапе принимают участие заместитель директора и специалист ERP – системы).

Третий этап является одним из основных, так как начинается установка и настройка ERP-системы, обучение персонала, постепенное внедрение функционала системы.

Этап 4. Тестирование и отладка, ответственным за этап назначен специалист системы ERP. Специалист на всех этапах ведет работу самостоятельно на базе своего регламента:

- проведение тестирования системы на различных этапах внедрения;
- исправление ошибок и устранение недочетов.

Этап 5. Запуск и поддержка, на этапе также работает специалист системы ERP и заместитель директора.

За полноценное внедрение системы ERP отвечает специалист системы, вместе с заместителем директора. Далее идет поддержка пользователей и решение возникающих проблем. За постоянное обновление и совершенствование системы отвечает специалист системы.

Этап 6. Оценка результатов, в финальном этапе участвуют специалист системы и заместитель директора ООО «Юнибургер РУС».

Заместитель директора и специалист по системе ERP занимаются исследованием, какова эффективность внедрённой системы, сопоставляя реальные итоги с первоначальными задачами. Чтобы достичь успеха во внедрении ERP в структуру ООО «Юнибургер Рус», решающее значение имеют не только руководство и его поддержка, но и глубокое вовлечение каждого работника на протяжении всех периодов этого процесса. Это включает в себя адекватное и активное обучение кадров.

Аналогично, внедрение автопарка в «Юнибургер Рус» является важным шагом и актуализирует свою методику, которая выполняется по алгоритму. (Приложение Б, рисунок Б.2).

Этап 1. Анализ потребностей и целей, на этом этапе принимают участие директор, заместитель директора, отдел логистики.

Схема начинается с определением целей, главная цель внедрения автопарка это - оптимизировать работу отдела логистики, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС». Далее идет анализ текущей ситуации с транспортом в компании.

Этап 2. Планирование и подготовка, ответственные за этап директор, заместитель директора, отдел логистики).

Определение количества и типа автотранспорта, необходимого для компании – проведя анализ, компания приняла решение, что для того, чтобы оптимизировать работу отдела логистики и повысить рыночную стоимость компании на начальном этапе нужно приобрести самые актуальные машины 5т и 20т. Далее идет разработка бюджета на приобретение и обслуживание автопарка, начальные вложения на приобретение автомобилей 10 000 000 рублей. Итогом данного этапа является подготовка плана закупки или аренды автомобилей.

Этап 3. Приобретение или аренда автотранспорта, в данном этапе включаются директор, бухгалтер, юрист.

В проведение процесса закупки участвует директор, бухгалтер и юрист. После того, как покупку провели, нужно провести регистрацию и оформлению всех транспортных средств.

Этап 4. Обучение и инструктаж персонала, ответственные за этап отдел логистики и заместитель директора.

- проведение обучения водителей по правилам эксплуатации автомобилей и безопасности дорожного движения;
- инструктаж по использованию специальных систем (навигация, мониторинг транспорта и пр.).

Этап 5. Внедрение системы мониторинга и управления автопарком, на этапе работают заместитель директора, отдел логистики и специалист системы ERP.

Далее идет установка системы GPS-мониторинга для отслеживания местоположения и маршрутов автомобилей, за пункт отвечают отдел логистики и заместитель директора.

За внедрение программного обеспечения для управления автопарком отвечает специалист системы ERP, так как программное обеспечение внедряется в первом варианте проекта и ERP система подходит под все отделы компании.

Этап 6. Эксплуатация и обслуживание, ответственными на данном этапе являются заместитель директора и отдел логистики.

Заместитель директора отвечает за организация регулярного технического обслуживания автомобилей. Также заместитель директора вместе с отделом логистики отвечают за контроль за расходами на топливо, ремонт и обслуживание.

Этап 7. Мониторинг и оптимизация заместитель директора и отдел логистики.

Конечным пунктом алгоритма внедрения автопарка в ООО «Юнибургер РУС» является постоянный мониторинг работы автопарка

для оптимизации маршрутов и повышения эффективности использования, за этот пункт отвечают также заместитель директора и отдел логистики.

Осуществление совершенствования бизнес-процесса ООО «Юнибургер РУС» включает комплекс мер, нацеленных на повышение её стоимости на рынке с помощью доходного метода. В числе прочего, утверждение в эксплуатацию автопарка и ERP-системы (Enterprise Resource Planning) представляют из себя стратегические шаги. Последний служит эпицентром для эффективного ведения ресурсного хозяйства, предполагающего аналитическое планирование и гармонизацию всех модулей компании. Оба проекта потребуют углубленного анализа и продуманной интеграции. Автопарк, как элемент оптимизационной цепочки, требует аккуратного выбора по количеству и функционалу транспортных единиц для укрепления логистической основы и роста стоимости компании.

В то время как автопарк напрямую затрагивает логистическое подразделение, реализация ERP-системы охватывает более обширный диапазон операций. Внедрение такой системы преследует цели, аналогичные с автопарком: повышение продуктивности и сокращению расходов. Данное внедрение расширяется через шаги, начиная от первоначального этапа проектирования до этапов испытаний, запуска и настройки, заканчивая мониторингом результатов.

Эффективное внедрение каждой системы требует не просто поддержки, но и активного подключения всех вовлеченных сторон, включая сотрудников и управленческие структуры. Работников необходимо качественно обучить использованию новых инструментов для достижения ожидаемых выгод и улучшения конкурентных преимуществ.

Итак, эта динамичная и многоаспектная оптимизация, благодаря внедрению ERP – системы и приобретению автопарка, существенно трансформирует подходы к управлению, стимулируя бизнес развиваться и увеличивать стоимость компании в части увеличения эффективности бизнес-

процессов, улучшения управления ресурсами, улучшения клиентского обслуживания, сокращения издержек и повышения прибыли.

3.2 Оценка эффективности проекта

Главной целью доходного метода является поднятие рыночной стоимости компании на рынке, в частности, через оптимизацию деятельности и расширение спектра предлагаемых продуктов и услуг. Эффективная оптимизация бизнес-процессов является важнейшим инструментом для данной задачи.

Оптимизировать работу отдела закупок, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС» - одним из вариантов решения данной проблемы может служить внедрение системы управления запасами.

Ключевым моментами в повышении рыночной стоимости бизнеса выступает внедрение контролирующей системы для запасов, нацеленное на модернизацию снабженческих процессов. Алгоритм, способствующий объективному продвижению в этом аспекте, образует:

- тщательный аналитический обзор текущего состояния запасов;
- конструирование стратегического плана и установление точных целей для более рационального управления запасами, включая, но не ограничиваясь, сокращением расходов на хранение и увеличением их оборачиваемости;
- отбор адекватной системы для организаций запасов, например, эксплуатирующие модуль для этих целей ERP-системы;
- процедура интеграции выбранной системы в существующую инфраструктуру;
- постоянное мониторинг и изучение данных, поступающих в ходе функционирования введенной системы.

Расположенные действия представляют собой комплексную методику, добавляющую конкурентное преимущество и содействующую укреплению позиций фирмы на рынке.

В таблице 5 представлено финансово-экономическое обоснование проекта по закупке ERP-системы для ООО «Юнибургер РУС».

Таблица 5 – Финансово-экономическое обоснование проекта по закупке ERP-системы для ООО «Юнибургер РУС»

Мероприятие	Примерная стоимость, руб.	Источник финансирования	Сроки осуществления
Заключение договора с компанией ERP-система	-	-	1 месяц
Покупка ERP-системы	510 000р	Собственные средства	2 недели
Внедрение и установка ERP-системы	12 000 000р	Собственные средства	5 месяцев

Заключение договора с компанией ERP-система не требует никаких вложений, срок осуществления – 1 месяц. Покупка системы стоит 510 000 тысяч рублей, за источник финансирования берутся собственные средства. Срок осуществления 2 недели. Внедрение и установка системы стоит 12 000 000 миллионов рублей, за источник финансирования берутся собственные средства. Срок осуществления – 5 месяцев. В таблице 6 представлена разница закупка крупного и мелкого опта.

Таблица 6 – Разница закупа крупного и мелкого опта в ООО «Юнибургер РУС»

Сырье	Объем	Цена за крупный опт	Цена за мелкий опт	Разница цены между крупным и мелким оптом
Куриное крыло	30т	120р/кг	200р/кг	80р/кг
Куриное филе	10т	270р/кг	305р/кг	35р/кг
Говядина	40т	320р/кг	360р/кг	40р/кг
Другое	15т	-	-	-

Цена за крупный опт всегда ниже, разница цены от 35 до 80 рублей за килограмм. Благодаря внедрению ERP-системы, отдел закупок сможет

правильно проводить закупки, тем самым экономя средства компании. В таблице 7 рассмотрим сроки окупаемости проекта.

Таблица 7 – Сроки окупаемости проекта

Сырье	Объем	Цена за крупный опт	Цена за мелкий опт	Экономия денег между крупным и мелким оптом
Куриное крыло	30т	3 600 000р	6 000 000р	2 400 000р
Куриное филе	10т	2 700 000р	3 050 000р	350 000р
Говядина	40т	12 800 000р	14 400 000р	1 600 000р
Итого доходная часть:				4 350 000
Срок окупаемости проекта:				3-4 месяца

Внедряя ERP-систему, компания экономит средства в закупе сырья, так как сырье будет закупаться на месяц, а не на одну заявку. Экономия денег между крупным и мелким оптом составляет 4 350 000 миллионов рублей. Благодаря экономии средств срок окупаемости проекта составляет 3-4 месяца.

В таблице 8 рассмотрим процент рентабельности проекта. Рентабельность компании до внедрения ERP-системы 20%, после внедрения 52,6%.

Таблица 8 – Процент рентабельности проекта

Рентабельность компании до внедрения ERP-системы	20%
Рентабельность компании после внедрения ERP-системы	52,6%

Закупка сырья в большем объеме, чем требуется для выполнения одной заявки, может повлиять на рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС» следующим образом – это приводит к минимизации первоначальной стоимости товара, усилению финансовых показателей и росту прибыльности предприятия. Стабильно обеспеченный запас сырья становится жизненно важным для непрерывности операций, даже в ситуациях задержек поставок или других логистических проблем, тем самым укрепляя репутацию компании и повышая уровень клиентской удовлетворенности.

Также, эластичность предприятия в условиях спроса рынка усиливается благодаря увеличенным запасам сырья, что позволяет организации оперативно модифицировать производственные планы в ответ на непредсказуемые взлеты или спады в спросе продукции.

В итоге, воплощение в жизнь эффективной системы контроля за материальными ресурсами не только ведет к подъему рыночной стоимости бизнеса, но также содействует сокращению общих затрат и способствует улучшению качества обслуживания клиентов их продуктов и услуг.

Оптимизировать работу отдела логистики, тем самым повышая рыночную стоимость бизнеса ООО «Юнибургер РУС».

Приобретения транспортных средств представляет собой мероприятие, способное усовершенствовать функционирование логистического отдела в предприятии «Юнибургер РУС». Для достижения эффективности в этом аспекте, принципиально важно осуществлять комплекс планирования и следовать стратегии, включающей в себя многоступенчатый процесс. На первом этапе необходимо провести анализ и выявление логистических нужд компании.

Следует также разработать финансовую стратегию, которая будет учитывать все возможные риски и предполагаемую рентабельность инвестиций. Важной частью является выбор надежных поставщиков, от чего будет зависеть качество и сроки службы приобретаемого транспорта. Не менее значимыми аспектами становятся изучение и регулирование юридических нюансов, связанных с приобретением и эксплуатацией транспорта. Следует также уделить внимание аспектам страхования для минимизации финансовых убытков в случае непредвиденных обстоятельств. Кроме того, в процессе интеграции нового транспорта в структуру компании необходимо организовать профессиональное обучение персонала, чтобы обеспечить квалифицированное использование и обслуживание транспортных средств.

Завершающие этапы предусматривают налаживание процесса управления транспортным парком и его технической поддержки. Это включает в себя регулярные проверки состояния и необходимость поддержания транспорта в исправном и готовом к эксплуатации состоянии. Учет вышеупомянутых этапов способен обеспечить не только эффективное, но и экономически оправданное введение в эксплуатацию собственной транспортной инфраструктуры в деятельность компании «Юнибургер РУС». В таблице 9 представлено финансово-экономическое обоснование проекта по покупке автомобиля для ООО «Юнибургер РУС».

Таблица 9 - Финансово-экономическое обоснование проекта по покупке автомобиля для ООО «Юнибургер РУС»

Мероприятие	Примерная стоимость, руб.	Источник финансирования	Сроки осуществления
Покупка автомобиля 20т	8 000 000р	Собственные средства	1 месяц
Покупка автомобиля 5т	2 000 000р	Собственные средства	1 месяц

Покупка автомобиля 20т составляет 8000000 миллионов рублей, источник финансирования – собственные средства. Срок осуществления 1 месяц. Покупка автомобиля 5т составляет 2000000 миллиона рублей, источник финансирования – собственные средства. Срок осуществления 1 месяц. В таблице 10 представлен расчет стоимости частой перевозки Ульяновск - Москва наемным транспортом.

Таблица 10 – Расчет стоимости перевозки Ульяновск – Москва наемным транспортом в ООО «Юнибургер РУС»

Машина	Цена за перевозку Ульяновск -Москва наемным транспортом		Сумма, затраченная на перевозку в месяц
20т	120 000р	480 000р	880 000р
5т	100 000р	400 000р	
-	2 раза в неделю	8 раз в месяц	-

На машину 20т при отправке продукции клиенту 2 раза в неделю затрачивается 120 000 тысяч рублей, при отправке продукции 8 раз в месяц затрачивается 480 000 рублей. На машину 5т при отправке продукции 2 раза в неделю 100 000 рублей, при отправке 8 раз в месяц 400 000 рублей. Итого, сумма, затраченная на перевозку в месяц ООО «Юнибургер РУС» получается 880 000 рублей. В таблице 11 представлен расчет стоимости стоимость частой перевозки Ульяновск-Москва собственным транспортом.

Таблица 11 – Расчет стоимости перевозки Ульяновск – Москва собственным транспортом в ООО «Юнибургер РУС»

Машина	Цена за перевозку Ульяновск -Москва своим транспортом		Сумма, затраченная на перевозку в месяц
20т	44 000р	176 000р	468 000р
5т	38 000р	152 000р	
-	2 раза в неделю	8 раз в месяц	-

На машину 20т при отправке продукции клиенту 2 раза в неделю затрачивается 44000 рублей, при отправке продукции 8 раз в месяц затрачивается 176000 рублей. На машину 5т при отправке продукции 2 раза в неделю 38000 рублей, при отправке 8 раз в месяц 176000 рублей. Итого, сумма, затраченная на перевозку в месяц ООО «Юнибургер РУС» получается 468000 рублей. Экономия средств, благодаря переходу компании на собственный транспорт составляет 412000 рублей. В таблице 12 представлен доход от логистики и срок окупаемости проекта.

Таблица 12 – Доход от дополнительной деятельности логистики и срок окупаемости проекта

Машина 20т	480 000р/в месяц	880 000р
Машина 5т	400 000р/в месяц	
Срок окупаемости проекта:	11 месяцев	

Отправляя продукцию в Москву на обратный путь, машина возвращается пустой, но по системе логистики на том можно зарабатывать. На

сайте Ati.su выкладывают грузы, логисты ООО «Юнибургер РУС» подготовят заявку и передадут водителю перевозку Москва-Ульяновск. Тем самым водитель едет не пустой, а загруженной и дополнительный доход пополняет ООО «Юнибургер РУС» в сумме 880000 рублей. Благодаря дополнительному доходу, срок окупаемости проекта составляет 11 месяцев. В таблице 13 рассмотрим процент рентабельности проекта. Рентабельность компании до приобретения автотранспорта 20%, после внедрения 26,6%.

Таблица 13 - Рентабельность проекта

Показатель рентабельности	Значение показателя
Рентабельность компании до приобретения автопарка	20%
Рентабельность компании после приобретения автопарка	26,6%

Открытие автопарка в ООО "Юнибургер Рус" может положительно повлиять на рыночную стоимость бизнеса по нескольким причинам.

Во-первых, увеличение качества и разнообразия услуг может значительно усилить позиции компании на рынке, тем самым увеличивая её притягательность в глазах потребителя и повышая конкурентные преимущества. Во-вторых, замещение услуг аренды транспорта на внутренние ресурсы приведёт к важному сокращению регулярных финансовых выходов, поднимая при этом прибыль компании. Далее, немаловажным представляется фактор автономности управления автопарком, что способствует точности логистических операций, надежности сервиса и строгому соблюдению сроков доставки. Наконец, внедрение в организацию собственного транспорта увеличивает количество корпоративных активов, положительно сказывается на оценке стоимости бизнеса. Тем не менее, следует осознавать, что внедрение автопарка влечёт за собой не только начальные капиталовложения, но и усиливает экономические угрозы, связанные с техническим обслуживанием и модернизацией автопарка.

Заключение

В результате исследования данной работы были рассмотрены важные аспекты анализа и путей повышения рыночной стоимости бизнеса. Наше исследование позволило выявить, что рыночная стоимость бизнеса является одним из ключевых показателей его успешности и привлекательности для инвесторов. Оценка стоимости предприятия – это определение стоимости предприятия как имущественного комплекса, способного приносить прибыль.

В ходе анализа текущей рыночной стоимости бизнеса были выполнены следующие задачи:

- изучили теоретические основы повышения рыночной стоимости бизнеса;
- провели анализ деятельности предприятия и оценить рыночную стоимость бизнеса;
- разработали мероприятия для повышения рыночной стоимости бизнеса.

При проведении оценки стоимости предприятия учитываются все активы предприятия, оценивается эффективность работы предприятия и проводится анализ в сравнении с предприятием – аналогом.

В первой части работы были рассмотрены экономическое содержание рыночной стоимости бизнеса и методы оценки анализа рыночной стоимости. Оценка стоимости общества с ограниченной ответственностью может быть осуществлена тремя подходами: сравнительным, затратным и доходным методом.

Проводя анализ методов оценки рыночной стоимости более подходящим для оптимизации бизнес-процессов и повышения рыночной стоимости бизнеса был выбран доходный метод.

Во второй части работы был проведен анализ деятельности и оценка стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС», а именно:

- технико-экономическая характеристика деятельности ООО «Юнибургер РУС»;
- оценка стоимости бизнеса ООО «Юнибургер РУС».

В третьей части работы были рассмотрены пути повышения рыночной стоимости бизнеса. Было выяснено, что для достижения этой цели необходимо внедрение ERP-системы и автопарка, тем самым оба процесса направлены на улучшение эффективности бизнеса.

В заключение можно сказать, что анализ и пути повышения рыночной стоимости бизнеса являются важными задачами для любой компании, стремящейся к успеху. Основываясь на проведенном исследовании, можно сделать вывод, что для достижения этой цели необходимо уделить внимание таким аспектам, как финансовое состояние компании, конкурентные преимущества, рост и перспективы развития. Определив экономический эффект от реализации предложенных мероприятий пришли к выводу, что предложенные мероприятия являются эффективными и направлены на увеличение прибыли компании.

В результате внедрения мероприятий в ООО «Юнибургер РУС» удастся увеличить сумму чистой прибыли, и тем самым повысить рыночную стоимость предприятия.

Список используемой литературы

1. Алексеева Е. В. Сертификация систем качества на предприятиях пищевой промышленности / Е. В. Алексеева. – Текст : электронный // Пищевая промышленность. – 2007. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sertifikatsiya-sistem-kachestva-napredpriyatiyah-pischevoy-promyshlennosti> (дата обращения: 04.03.2024).
2. Ачимова Л. С. Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса организации ООО «Гранд Марин Плюс» / Л. С Ачимова. – Текст: электронный // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2016. – №26. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorizontalnyy-i-vertikalnyy-analiz-buhgalterskogo-balansa-organizatsii-ooo-grand-marin-plyus> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Как понять, что пора расширять ассортимент товаров и как это сделать – URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/kak-ponyat-cto-pora-rasshiryat-assortiment-tovarov-i-kak-eto-sdelat#:~:text=Расширение%20ассортимента%20позволяет%20использовать%20перекрёстные,повышает%20эффективность%20продвижения%20в%20целом> (дата обращения: 13.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный
4. Петько Н. В. Оценка рыночной стоимости предприятия / Н. В. Петько. – Текст: электронный // Вестник НИБ. – 2018. – №31. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-rynochnoy-stoimosti-predpriyatiya> (дата обращения: 15.05.2024).
5. Проблемы повышения качества компании – URL: https://mbschool.ru/articles/problem_company#:~:text=Повышение%20качества%20позволяет%3A,труда%2C%20трудовых%20и%20финансовых%20ресурсов (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.

6. Рахматуллина А. Р. Факторы, оказывающие влияние на оценку стоимости бизнеса / А. Р. Рахматуллина. – Текст: электронный // ELIBRARY.RU – Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU». – Электр. дан. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25997275> (дата обращения: 15.05.2024).
7. РБК: как изменится объем рынка полуфабрикатов к 2026 году в России? – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14017/> (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.
8. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.
9. Рыночная стоимость компании – URL: https://www.cfo-russia.ru/glossariy/detail.php?ELEMENT_ID=4650 (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.
10. Система менеджмента безопасности пищевой – URL: [https://garantx.ru/iso-22000/#:~:text=ISO%2022000%20\(ГОСТ%20Р%20ИСО%2022000%2D2019\)%20%2D%20это,году%20Международной%20организацией%20по%20стандартизации](https://garantx.ru/iso-22000/#:~:text=ISO%2022000%20(ГОСТ%20Р%20ИСО%2022000%2D2019)%20%2D%20это,году%20Международной%20организацией%20по%20стандартизации) (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.
11. Смирнова Н. А. Современные системы управления качеством и безопасностью пищевых продуктов / Н. А. Смирнова, А. А. Смирнов. – Текст: электронный // Пищевая промышленность. – 2015. – №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-sistemy-upravleniya-kachestvom-i-bezopasnostyu-pischevyh-produktov> (дата обращения: 05.05.2024).
12. Степина Е. О. Об использовании существующих методов оценки стоимости в ходе антикризисного управления несостоятельным должником / Е. О. Степина. – Текст: электронный // Среднерусский вестник общественных наук. – 2007. – №3-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-ispolzovanii->

suschestvuyuschih-metodov-otsenki-stoimosti-v-hode-antikrizisnogo-upravleniya-nesostoyatelnyim-dolzchnikom-1 (дата обращения: 05.05.2025).

13. Что такое ХАССП (НАССР) – URL: [https://restoran-service.ru/blog/normy-sanpin-dlya-obshchepita/chto-takoe-khassp-hassp/#:~:text=ХАССП%20\(англ.,существенно%20вливающими%20на%20безопасность%20продукции](https://restoran-service.ru/blog/normy-sanpin-dlya-obshchepita/chto-takoe-khassp-hassp/#:~:text=ХАССП%20(англ.,существенно%20вливающими%20на%20безопасность%20продукции) (дата обращения: 15.05.2024), Режим доступа: открытый – Текст: электронный.

14. Чугумбаев Р. Р. Среда функционирования бизнеса как источник развития его внутреннего потенциала / Р. Р. Чугумбаев, Н. Н. Чугумбаева. – Текст: электронный // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – №11 (458). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sreda-funktsionirovaniya-biznesa-kak-istochnik-razvitiya-ego-vnutrennego-potentsiala>(дата обращения: 15.05.2024).

15. Шардан С. К. Оценка деятельности компании на основе финансового анализа / С.К. Шардан, А.В. Хагаева. – Текст: электронный // Вестник Академии знаний. – 2021. – №2 (43). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-deyatelnosti-kompanii-na-osnove-finansovogo-analiza> (дата обращения: 15.05.2024).

16. Bogatyrev S.Yu. Analytical capabilities of modern information systems as part of the income-based business valuation method // Дайджест-финансы. 2018. №1 (245). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analytical-capabilities-of-modern-information-systems-as-part-of-the-income-based-business-valuation-method> (дата обращения: 10.06.2024).

17. D. D. Nedospasova Modern methods of valuation of business assets: goals, approaches and methods for determining the value of the business // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. №4-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modern-methods-of-valuation-of-business-assets-goals-approaches-and-methods-for-determining-the-value-of-the-business> (дата обращения: 10.06.2024).

18. Liudmyla Zaitseva, Kseniia Sieriebriak DEVELOPMENT OF AN APPROACH TO DETERMINING THE LEVEL OF CAPITALIZATION OF CORPORATE ENTERPRISES ON THE BASIS OF THE EVALUATION MECHANISM // Baltic Journal of Economic Studies. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/development-of-an-approach-to-determining-the-level-of-capitalization-of-corporate-enterprises-on-the-basis-of-the-evaluation> (дата обращения: 10.06.2024).

19. Razumovsky Denis Yurievich METHODOICAL APPROACHES TO ASSESSMENT OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION IN CONNECTION WITH TYPICAL FINANCIAL BEHAVIOR // Журнал прикладных исследований. 2021. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/methodical-approaches-to-assessment-of-financial-literacy-of-the-population-in-connection-with-typical-financial-behavior> (дата обращения: 10.06.2024).

20. Vashakmadze Teimuraz, Martirosyan Emil, Sergeeva Anastasia Creating value in a retail business. Evidence from the Russian food retail market // Корпоративные финансы. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/creating-value-in-a-retail-business-evidence-from-the-russian-food-retail-market> (дата обращения: 10.06.2024).

Приложение А

Организационная структура



Рисунок А.1 - Организационная структура ООО «Юнибургер РУС»

Продолжение Приложения А

<p style="text-align: center;">Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none">1. Хорошо развито производство по изготовлению2. Широкий ассортимент блюд, учитывающий предпочтения потребителей.3. Высокий уровень качества продукции.4. Узнаваемый бренд с хорошей репутацией.	<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none">1. Возможные проблемы с качеством сырья и ингредиентов.2. Недостаточное использование инновационных технологий в производстве.3. Ограниченные маркетинговые возможности и активности.4. Недостаточное внимание к потребностям клиентов и изменениям на рынке.5. Возможные проблемы с логистикой и доставкой продукции..
<p style="text-align: center;">Возможности</p> <ol style="list-style-type: none">1. Расширение производства в новые регионы России.2. Развитие программ лояльности и маркетинговых акций для привлечения новых клиентов.3. Партнерство с поставщиками для обеспечения стабильности поставок и снижения затрат.4. Партнерство с ресторанами, сетями магазинов и другими партнерами для расширения сбыта.	<p style="text-align: center;">Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изменение вкусовых предпочтений потребителей и изменения в экономической ситуации.2. Увеличение конкуренции со стороны других крупных игроков на рынке3. Рост цен на продукты и услуги, что может повлиять на прибыльность компании.4. Возможные изменения в законодательстве, которые могут повлиять на бизнес.

Рисунок А.2 - SWOT-анализ ООО «Юнибургер РУС»

Приложение Б

Алгоритмы внедрения ERP – системы и автопарка

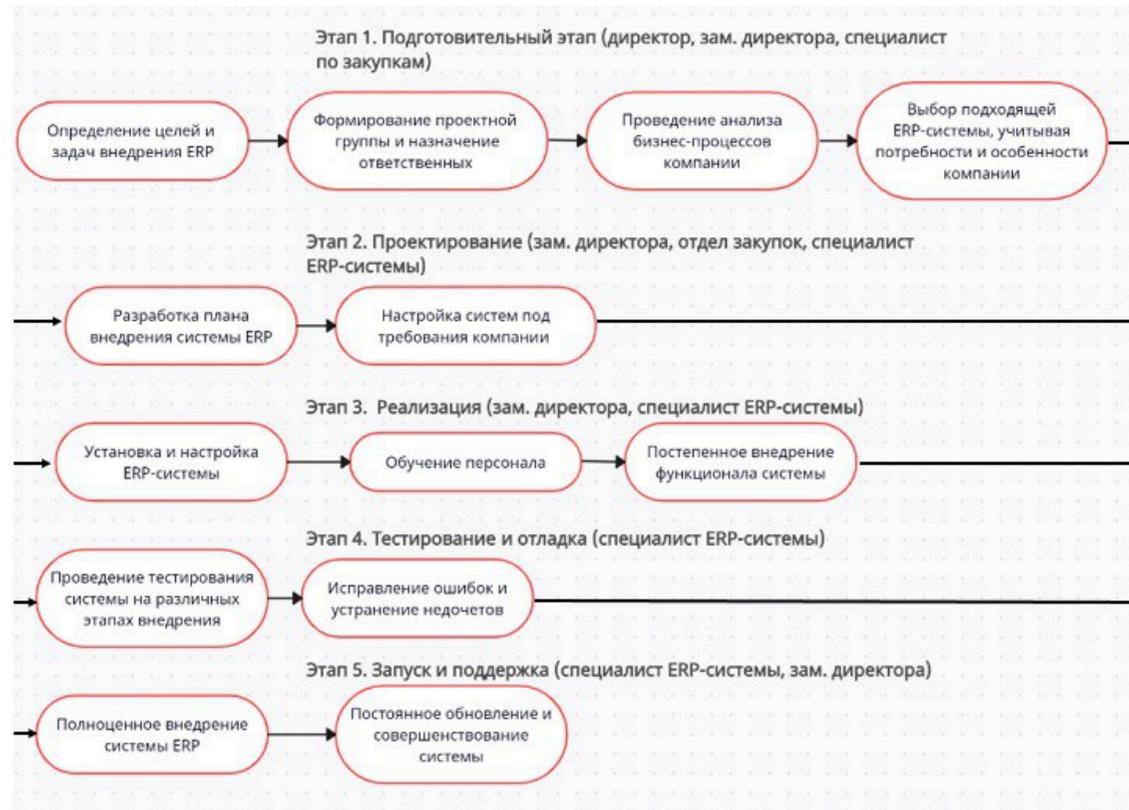


Рисунок Б.1 - Алгоритм внедрения ERP – системы в ООО «Юнибургер РУС»

Продолжение Приложения Б

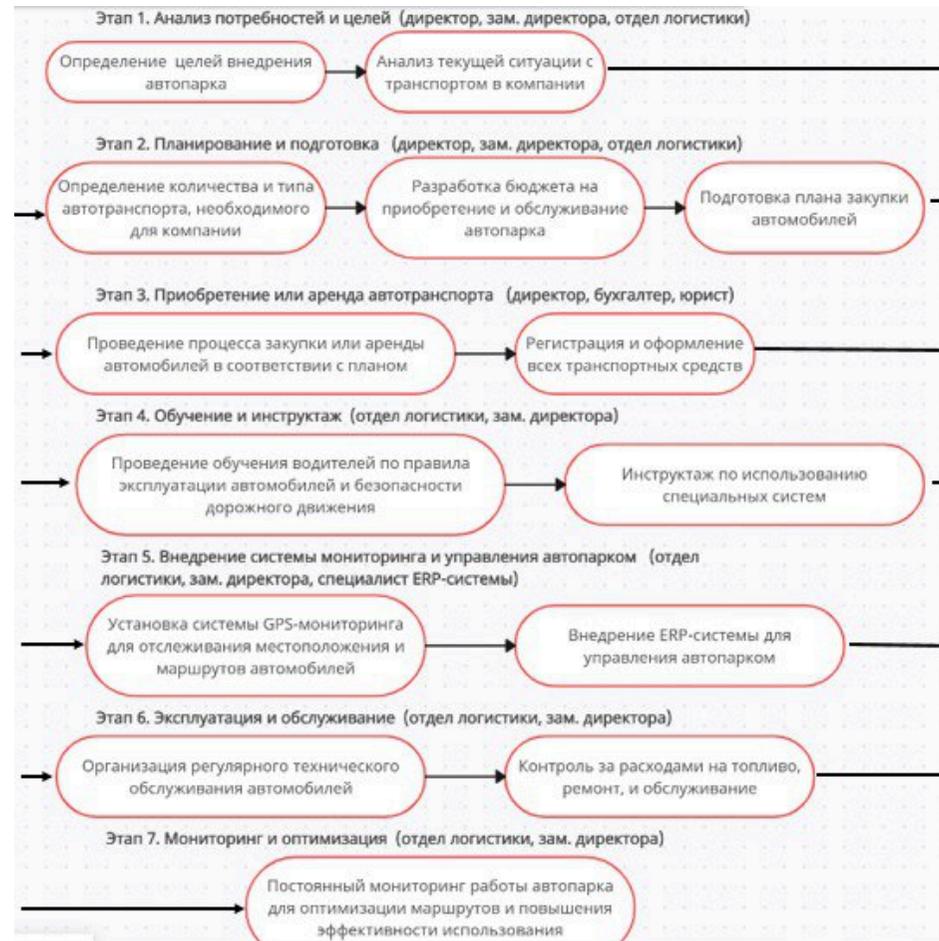


Рисунок Б.2 - Внедрение автопарка в «Юнибургер Рус»

Приложение В

Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса

Таблица В.1 – Вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Юнибургер Рус»

Наименование показателя	Код	31.12.20 21г	31.12.20 22г	31.12.20 23г	Вертикальный анализ			Изменения		
					На 31.12.2021	На 31.12.2022	На 31.12.2023	Разница в %, 2021-2022гг	Разница в %, 2022-2023гг	Разница в %, 2021-2023гг
1	2	3	4	5						
АКТИВ	1150	-	-	1507	0%	0%	9,6%	0%	0%	0%
Материальные внеоборотные активы										
Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	1170	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Запасы	1210	676	1902	2065	8,5%	15,7%	13,2%	7,2%	2,5%	4,7%
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	346	1033	358	4,3%	8,5%	2,2%	4,2%	6,3%	2,1%
Финансовые и другие оборотные активы	1230	6 964	9151	11687	87,2%	75,7%	74,8%	11,5%	0,9%	12,4%
Баланс	1600	7986	12086	15 617	100%	(100%) 151,3%	(100%) 196%	51,3%	44,7%	96%

Продолжение Приложения В

Продолжение таблицы В.1

Наименование показателя	Код	31.12.20 21г	31.12.20 22г	31.12.202 3г	Вертикальный анализ			Изменения		
ПАССИВ	1300	1933	3480	6465	24,2%	28,7%	41,3%	4,5%	12,6%	17,1%
Капитал и резервы										
Целевые средства	1350	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Долгосрочные заемные средства	1410	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Другие долгосрочные обязательства	1450	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Краткосрочные заемные средства	1510	2607	4382	46282607	32,6%	36,2%	29,6%	3,6%	6,6%	3%
Кредиторская задолженность	1520	3546	4224	4524	44,4%	34,9%	28,9%	9,5%	6%	15,5%
Другие краткосрочные обязательства	1550	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Баланс	1700	7986	12086	15617	100%	(100%) 151,3%	(100%) 196%	51,3%	44,7%	96%

Продолжение Приложения В

Таблица В.2 - Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Юнибургер Рус»

Наименование показателя	Код	31.12.20 21г	31.12.20 22г	31.12.20 23г	Горизонтальный анализ					
					Изменения, в тыс. руб. за 2021-2022гг	Изменения, в тыс. руб. за 2022-2023гг	Изменения, в тыс. руб. за 2021-2023гг	Изменения, в %, за 2021-2022	Изменения, в %, за 2022-2023	Изменения, в %, за 2021-2023
1	2	3	4	5						
АКТИВ	1150	-	-	1507	-	-	1507	-	-	-
Материальные внеоборотные активы										
Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы	1170	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Запасы	1210	676	1902	2065	1226	163	1389	181,4%	8,5%	205,5%
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	346	1033	358	687	-675	12	198,69%	-65,3%	3,5%
Финансовые и другие оборотные активы	1230	6964	9151	11687	2187	2 536	4723	31,4%	27,7%	67,8%
Баланс	1600	7986	12086	15617	4100	3 531	7631	51,3%	29,2%	95,5%

Продолжение Приложения В

Продолжение таблицы В. 2

ПАССИВ	1300	1833	3480	6465	1677	2985	4632	89,9%	85,7%	252,7%
Капитал и резервы										
Целевые средства	1350	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Долгосрочные заемные средства	1410	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Другие долгосрочные обязательства	1450	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Краткосрочные заемные средства	1510	2607	4382	4628	1775	246	2021	68,1%	5,6%	77,5%
Кредиторская задолженность	1520	3546	4224	4524	678	300	978	19,1%	7,1%	27,6%
Другие краткосрочные обязательства	1550	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Баланс	1700	7986	12086	15617	4100	3 531	7 631	51,3%	29,2%	95,5%

Приложение Г

Функциональные места и бизнес-процессы ООО «Юнибургер Рус»

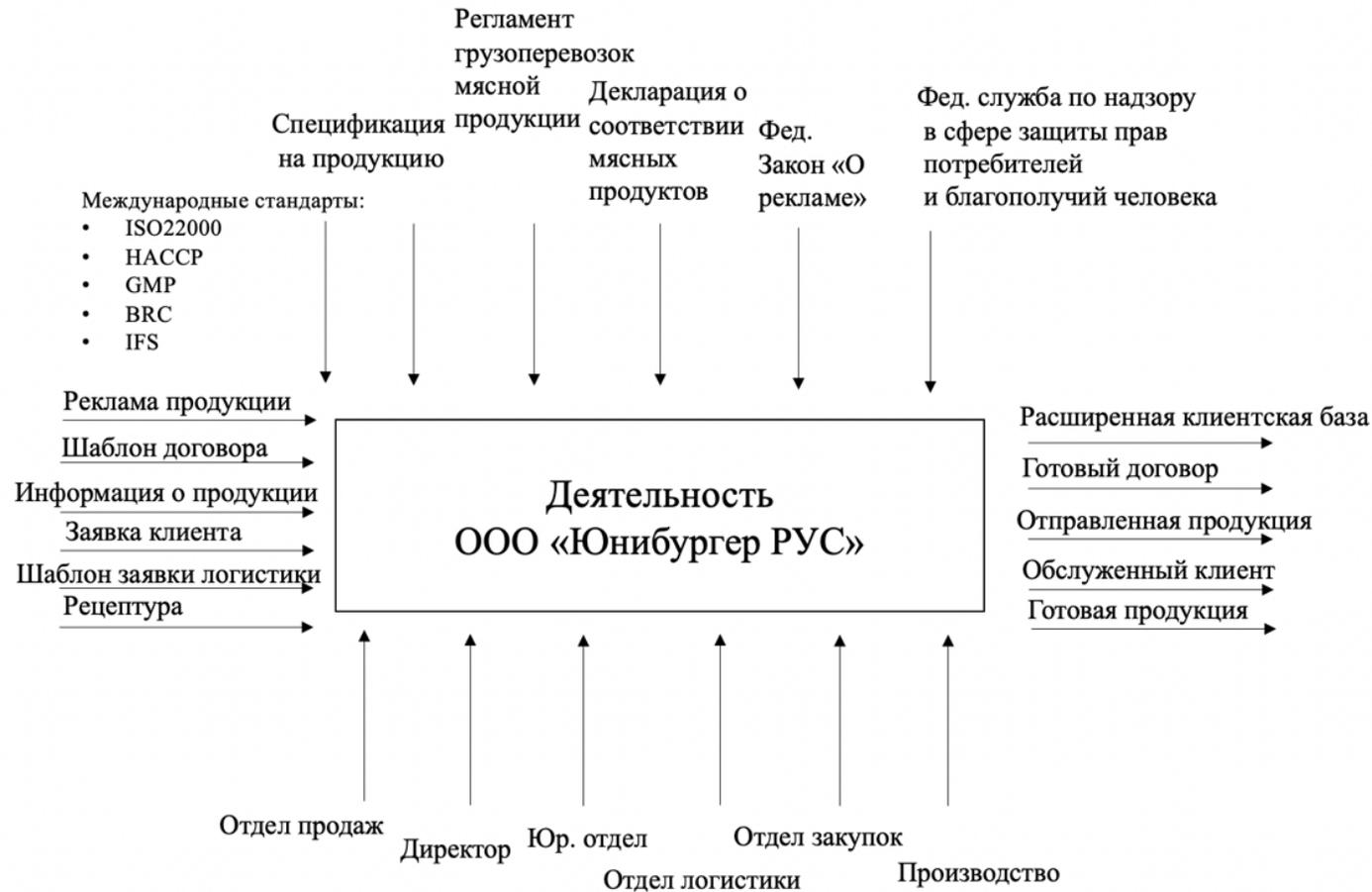


Рисунок Г. 1 - Функциональные места ООО «Юнибургер РУС»

Продолжение Приложения Г

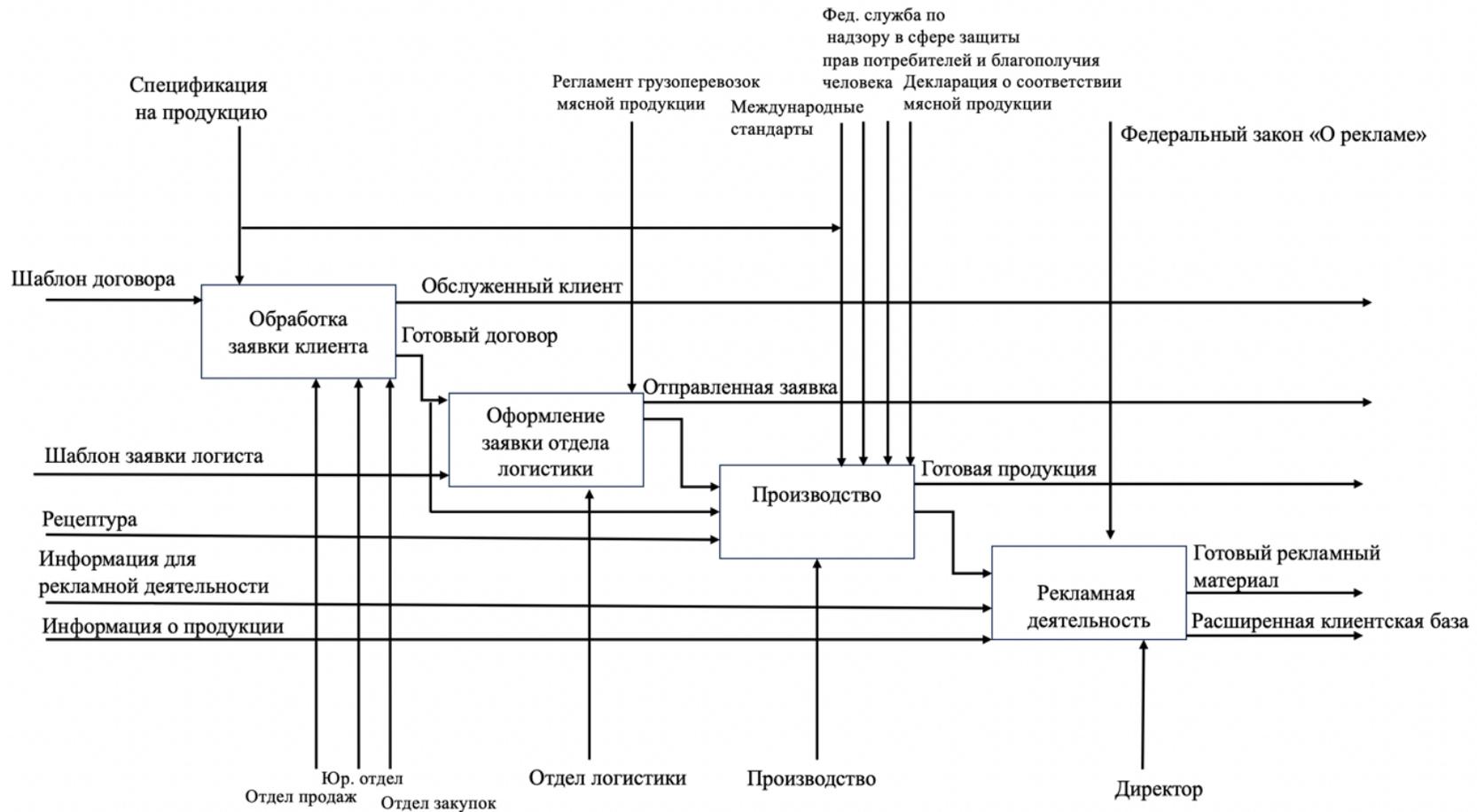


Рисунок Г.2 - Бизнес-процесс обработки заявки клиента ООО «Юнибургер РУС»

Продолжение Приложения Г

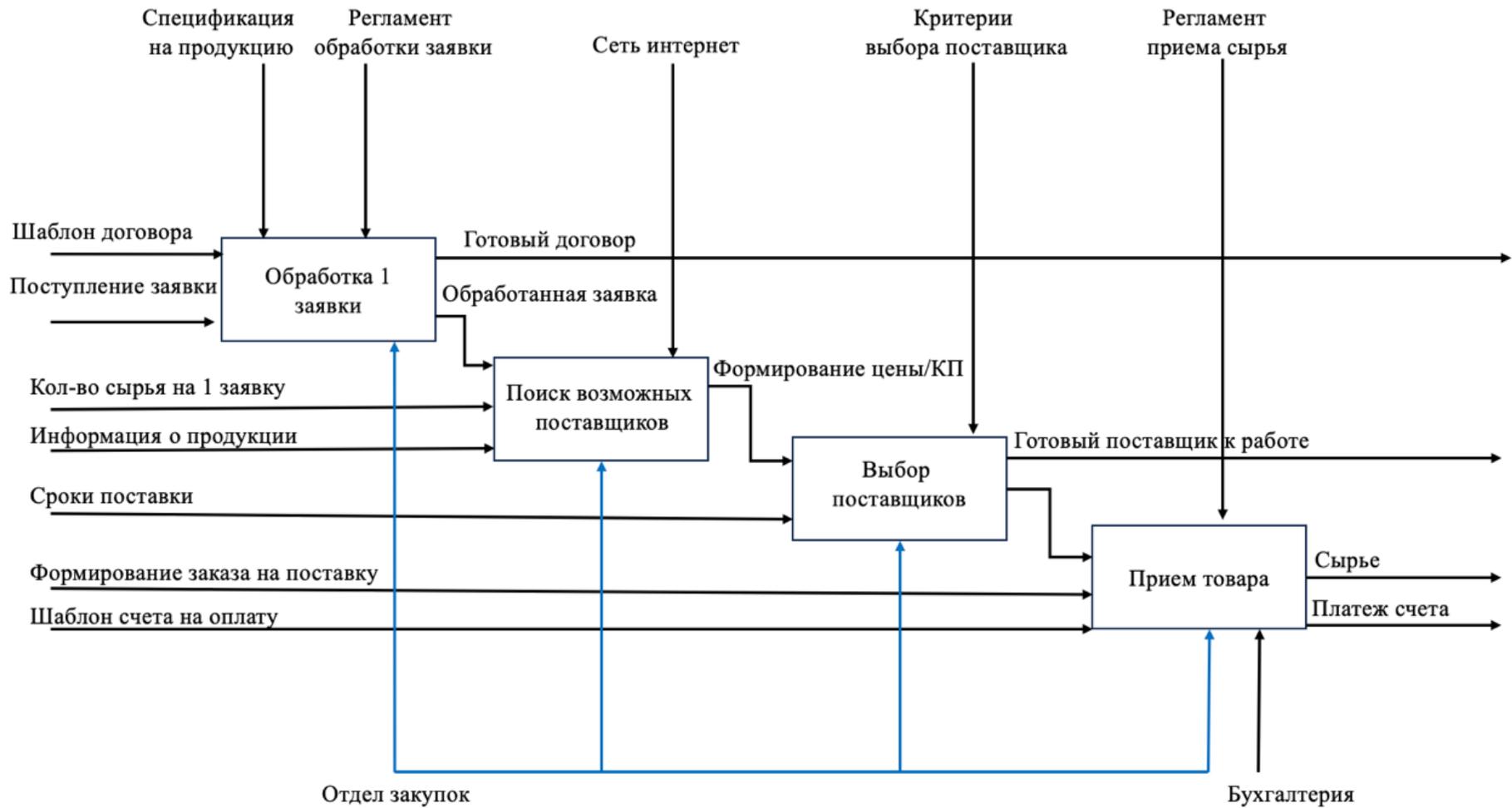


Рисунок Г.3 - Бизнес-процесс работы отдела закупок

Продолжение Приложения Г

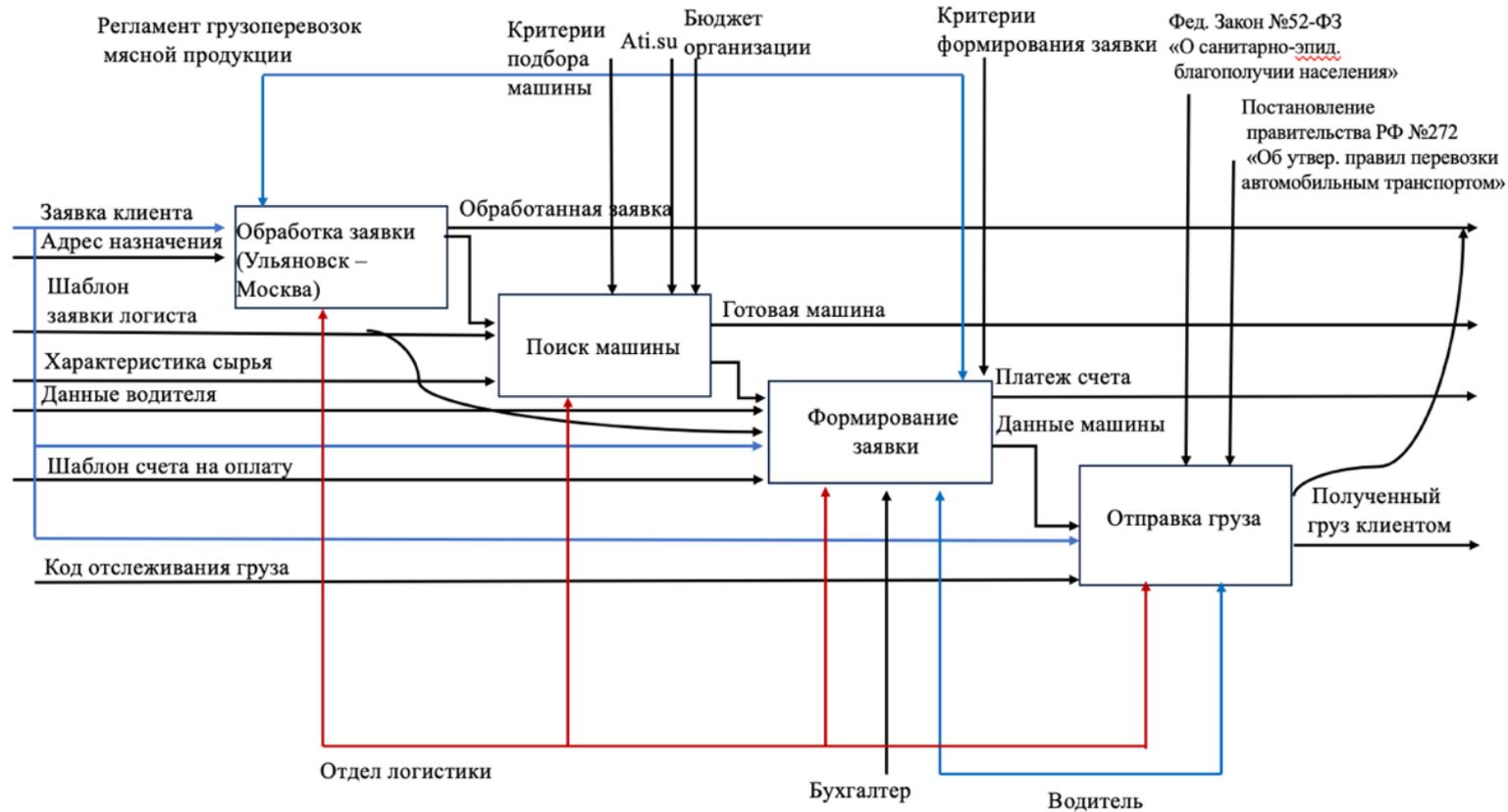


Рисунок Г.4 - Бизнес-процесс работы отдела логистики