



PRO
CONSULTING
АНАЛІТИКА РИНКІВ. ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ



ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА

ООО «...»

по заказу компании АП «...»

www.pro-consulting.ua

Содержание

1. ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ	3
2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ	4
3. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА.....	8
4. SWOT –АНАЛИЗ КОМПАНИИ	14
5. ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА.....	15
5.1. ЗАТРАТНЫЙ ПОДХОД	15
5.2. ДОХОДНЫЙ ПОДХОД	17
5.3. МЕТОД МУЛЬТИПЛИКАТОРА	24
6. ВЫВОДЫ.....	24

1. Информация о компании

ООО «...»

Полное название:	Общество с ограниченной ответственностью «...»
Юридический адрес:	г. Чернигов, ...
Фактический адрес:	г. Чернигов, ...
Дата основания:	...
Деятельность:	...
Реализованные проекты	...
Активы:	...
Нематериальные активы:	<ul style="list-style-type: none">– Лицензия на розничную торговлю алкогольными напитками– Лицензия на розничную торговлю табачными изделиями– Торговый патент на осуществление торговой деятельности
Собственники компании	...
Генеральный директор	...
Стратегические цели компании на период 3-5 лет	...

2. Анализ финансового состояния компании

Анализ динамики валюты баланса компании показал уменьшение имущества предприятия в период с 2008-2009 гг на 386 тыс. грн или 10,48%, а также в период в 2010 году по сравнению с 2009 годом на 422 тыс. грн или 12,8%, что было вызвано снижением размера собственного капитала компании и ее необоротных и оборотных активов.

...Таким образом, на предприятии существует тенденция к появлению разрывов в периоде оплаты за потребляемые товары, продукцию, услуги необходимые для деятельности ресторана. Со стабилизацией экономической ситуации в стране и покупательской способности потребителей такая тенденция имеет все предпосылки к ее преодолению и формированию политики своевременной оплаты.

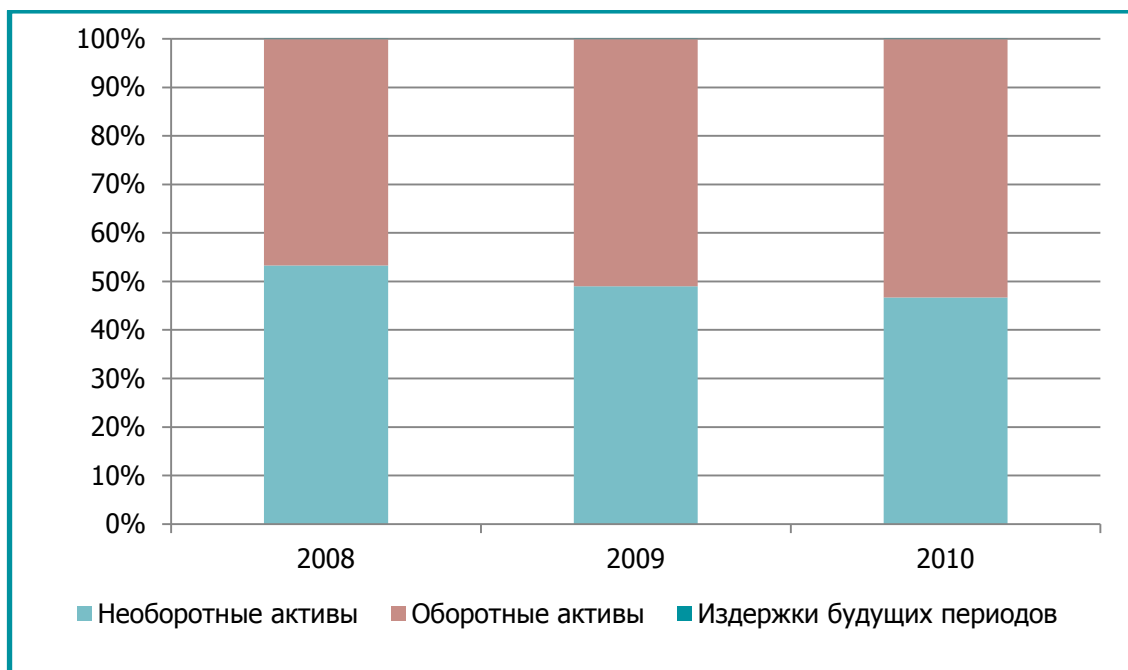
Таблица. Балансовый отчет ООО «...» за 2008 – 2010 гг, тыс. грн

Балансовый отчет	2008	2009	2010
Активы			
I Необоротные активы	1 963	1 616	1 342
<i>В % к имуществу</i>	<i>53,31%</i>	<i>49,03%</i>	<i>46,69%</i>
II Оборотные активы	1 716	1 678	1 531
<i>В % к имуществу</i>	<i>46,61%</i>	<i>50,91%</i>	<i>53,27%</i>
III Издержки будущих периодов	3	2	1
<i>В % к имуществу</i>	<i>0,08%</i>	<i>0,06%</i>	<i>0,03%</i>
Баланс	3 682	3 296	2 874
Пассивы			
I Собственный капитал	1 286	1 273	195
<i>В % к источникам имущества</i>	<i>34,93%</i>	<i>38,62%</i>	<i>6,78%</i>
IV Текущие обязательства	2 396	2 023	2 679
<i>В % к источникам имущества</i>	<i>65,07%</i>	<i>61,38%</i>	<i>93,22%</i>
Баланс	3 682	3 296	2 874
Темп прироста, %	-	3,34%	-1,51%

В период с 2008-2010 гг наблюдается изменение структуры активов компании: доля необоротных активов уменьшился с 53% до 47%, при этом доля оборотных активов выросла с 47% до 53%. Доля издержек будущих периодов в структуре активов предприятия составляет менее 1 %, преобладают оборотные средства. Такая структура объясняется в первую очередь износом основных фондов, а также спецификой бизнеса предприятия, который является нефондоемким и для его успешного функционирования необходим значительный размер оборотных активов, наибольший удельный вес в которых имеют товары предприятия.

Следует отметить постоянный, хоть и не большой рост величины дебиторской задолженности предприятия за товары и услуги, что свидетельствует об активизации бизнеса.

Рисунок. Структура активов ООО «...» в 2008-2010 гг.



В структуре пассивов компании преобладают текущие обязательства, которые в период с 2008 по 2010 гг. составили от 65 до 93% всех пассивов.

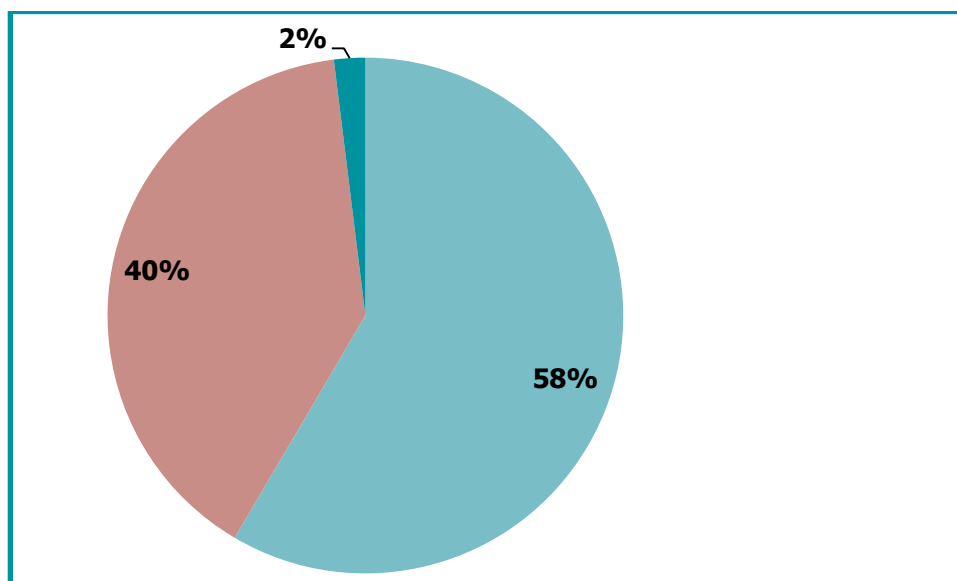
...

...

Таблица. Доходы компании в 2010 г.

Наименование доходов	2010 год	Удельный вес в общих доходах
...	...	58%
...	...	40%
Другие доходы	151 234 грн.	2%
ИТОГО	...	100%

Рисунок. Структура доходов компании в 2010 г.

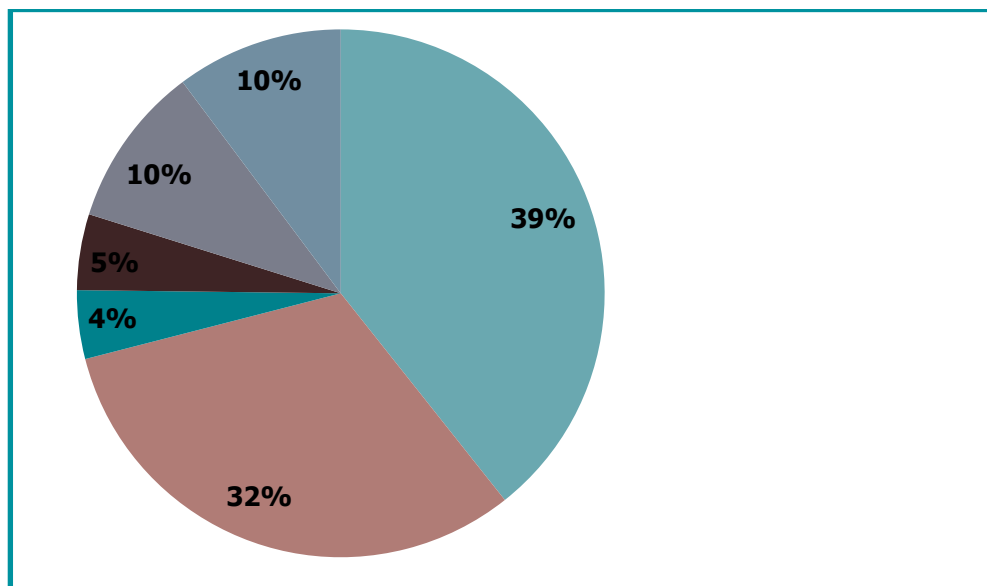


Наибольший удельный все в структуре доходов по итогам 2010 года принадлежит ресторану ...

Таблица. Операционные расходы предприятия в 2010 г.

Наименование расходов	...	Удельный вес в чистом валовом доходе
Продукты	...	35%
Заработная плата персонала	...	28%
Электроэнергия	...	4%
Основные затраты	...	4%
Непредвиденные расходы	...	2%
Аренда помещений	...	9%
Реклама	...	0%
Нал. расходы	...	2%
Хозяйственные нужды	...	1%
Обязательные платежи в бюджет (налоги, лицензии и прочее)	...	3%
ИТОГО	...	88%

Рисунок. Структура операционных расходов предприятия в 2010 г.



В 2010 году размер амортизационных отчислений на предприятии составил ...

3. Анализ целевого рынка

Характеристика рынка общественного питания в Украине

Ситуация на ресторанном рынке Украины по итогам 2010 года несколько улучшилась. На фоне усиления конкуренции этот сегмент действующего бизнеса постоянно привлекает новых игроков. Кризис 2009 года оставил негативный след в сфере общественного питания: снижение покупательной способности граждан стало основной причиной потерь в этом секторе.

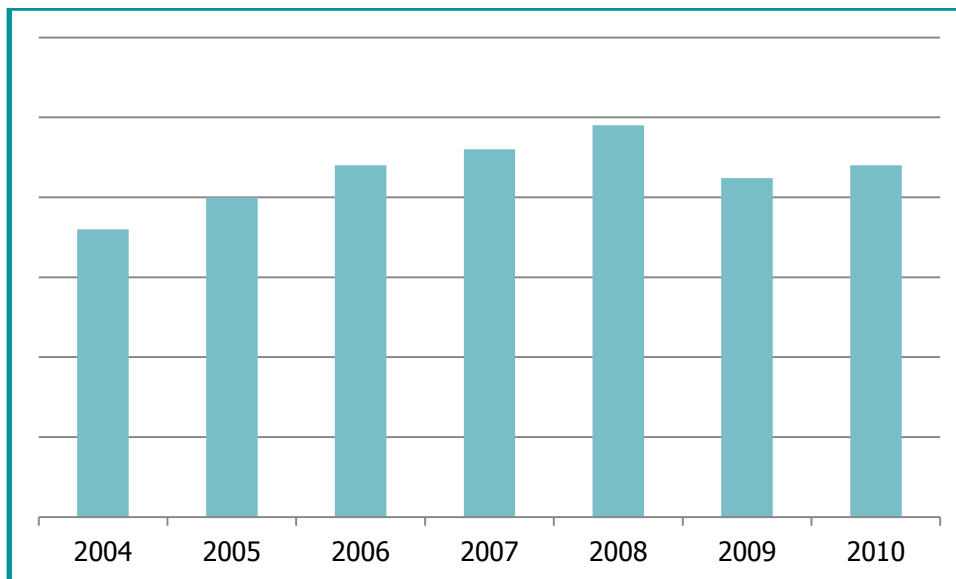
...

В этот период произошло сокращение средней суммы заказа. Так по данным операторов рынка, офисные сотрудники перешли из среднего офисного сегмента (150-200 грн.) в нижний (50-100 грн.), а более состоятельные посетители из элитного сегмента (от 450 грн.) в средний. Следствием кризиса стал своеобразный «естественный отбор» - сильные и правильные заведения работают, слабые – закрываются. В период кризиса есть и такие заведения, которым удалось нарастить прибыль (McDonalds 6,8%), расширить свои сети ресторанов и открыть новые точки. Причиной таких позитивных изменений стала правильная инвестиционная политика компаний. Так, если до кризиса минимальная сумма при, которой стоило рассматривать открытие нового заведения стартовала от \$1 млн. в кризис сумма упала до 300 тыс. грн. А при правильной организации бизнеса срок окупаемости этих денег может составить год. Быстрая оборачиваемость денег и окупаемость в сумме со сравнительно низким входным порогом делает бизнес еще более привлекательным во время кризиса.

...

Несмотря ни на что, 2010 год стал годом оживления (после 15,6%-го падения в 2009-м), по данным Госслужбы статистики, оборот ресторанного хозяйства (с учетом оборота физических лиц-предпринимателей) составил 17,6 млрд. грн. с приростом +3,5% по сравнению с предшествующим годом.

Рисунок. Объем ресторанного рынка Украины, 2004-2010 год, млрд. дол
США



Источник: «Ресторанный консалтинг»

Стоит отметить, что увеличение оборота ресторанного бизнеса состоялось отчасти из-за подорожания продуктов питания и алкогольных напитков. С другой стороны, цены в ресторанах существенно не повышались из-за страха отпугнуть посетителей. В этой связи страдает прибыльность самих заведений, которая постоянно уменьшается.

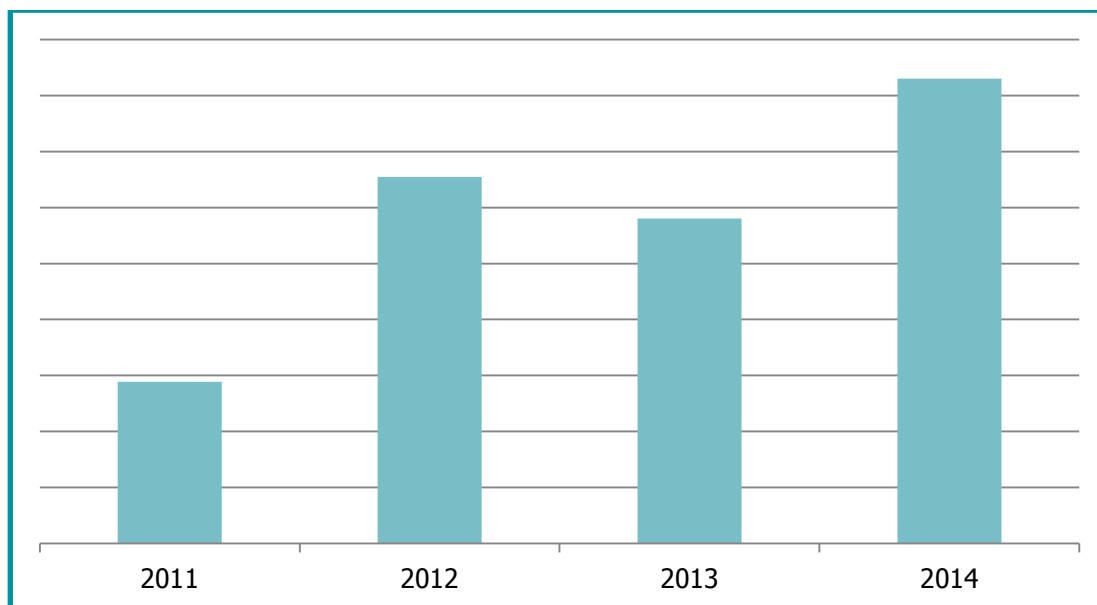
...

В конце 2010 г. правительство заявляло, о планах освободить от уплаты налога на прибыль сроком на 5 лет предприятия общественного питания в четырех областях и областных центрах, где пройдут матчи Евро-2012, но намерения Кабмина пока так и остались на бумаге (части гостиниц к Евро-2012 льготы все-таки дали). Впрочем, сам факт проведение в конкретном городе матчей футбольного первенства уже само по себе является льготой. Количество заведений общепита в городах, где должны будут проходить матчи футбольного первенства Евро-2012 заметно возрастает. Помещения там покупают и арендуют уже сейчас. Также Евро-2012 может привлечь дополнительных клиентов в курортные города и туристические центры Украины, что является позитивным фактором для таких городов, как Чернигов.

...

Ресторанные сети и группы пережили весеннюю агфляцию 2010 года легче. Любая сеть, тем более крупная, всегда может поторговаться с поставщиками в отличие от заведений-одиночек — это касается не только стоимости продуктов питания и напитков, но и мебели, оборудования и т. п. Успешные сетевики сейчас находятся в самом выгодном положении.

Рисунок. Прогноз объема ресторанного рынка Украины в 2011-2014 гг, млрд. дол США



Источник: оценка «Pro-consulting»

Рестораторы на сегодняшний день все сильнее интересуются демократичными ресторанами, отказываясь от дорогих проектов. Таким образом, сейчас заметно сокращается количество элитных заведений. Респонденты объясняют это насыщением рынка и несоответствием цен и уровня. К тому же элитные заведения посещает ограниченное число людей, и конкуренция за них очень серьезная.

...

Рынок ресторанов очень подвержен влиянию изменения цен поставщиков, соответственно изменение в ценах на предоставляемые ресторанами услуги тесно связано с изменением (в основном в сторону увеличения) цены на основные ингредиенты. Хотя надо заметить, что для ресторанов снижение рентабельности не так опасно, как потеря клиентов, поэтому наиболее перспективные рестораны используют увеличение цены только как крайнюю меру.

Основные тенденции рынка ресторанного бизнеса в Украине

Кризис во многом помог дальнейшему развитию ресторанного рынка. С него ушли непрофессиональные и случайные операторы, чаще всего несетевые заведения, которые не смогли совладать с последствиями кризиса. Кризис в этом сегменте рынка испытал прежде всего лояльность аудитории и правильность выбранной заведением той и или ной концепции (целевая аудитории, ценовая категория заведения, тип кухни, характер обслуживания, интерьер).

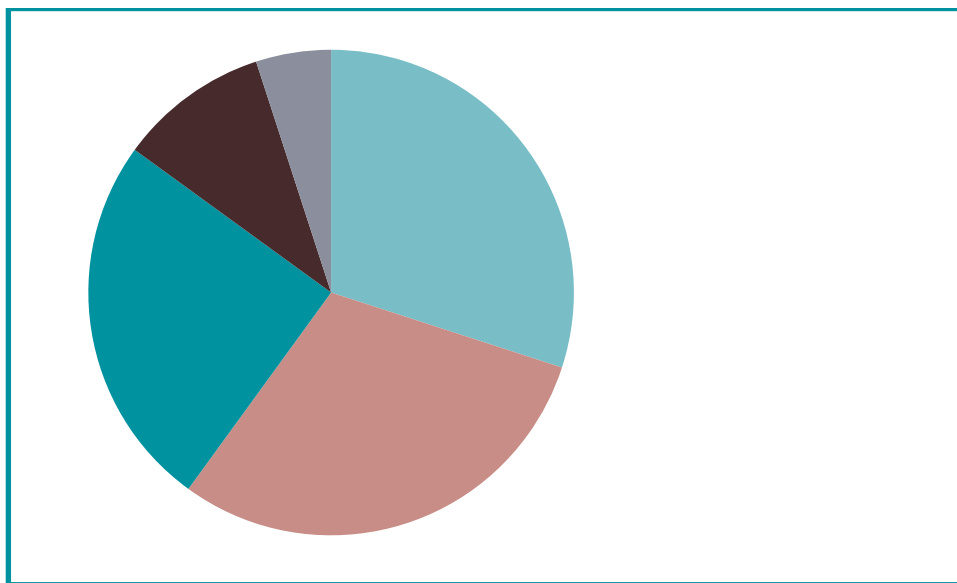
...

Согласно предварительным оценкам, в 2010 году в Украине закрылось до тысячи заведений, работающих в сфере ресторанного бизнеса. Кстати, что касается ресторанов средне- и высокоценового сегмента, то их редко закрывают в прямом смысле этого слова. Чаще всего на их месте появляется другое аналогичное заведение, но с другими форматом и целевой аудиторией.

...

Однако вышеуказанные преимущества быстро могут исчезнуть, если улучшение экономической ситуации позволит говорить о возвращении деловой активности на докризисный уровень. Кроме того, новые операторы стараются как можно меньше дополнительно инвестировать в ресторанный бизнес и стремятся как можно быстрее окупить свои инвестиции, и поэтому спросом пользуются форматы, которые не требуют больших капиталовложений

Рисунок. Структура украинского ресторанного рынка в зависимости от типа кухни в 2010 году



Источник: «Ресторанный консалтинг»

Участники рынка отмечают, что японская кухня становится все более популярной как в Киеве, так и в регионах. Ресторанный рынок японской кухни достаточно заполнен, но продолжает расти, особенно в среднем сегменте.

В прогнозах рестораторов - рост рынка минимум на 20% и рост цен на те же 15-20%. По данным операторов рынка, количество открытых заведений в Украине раз в 30 меньше, нежели в странах Европы и в Америке.

Характеристика рынка общественного питания г. Чернигов

Рынок общественного питания в городе Чернигов, по данным рестораторов города не насыщен полностью. Но при этом предприниматели не спешат заполнять пустующую нишу. Так, согласно данным управления торговли, услуг и развития

предпринимательства Черниговского городского совета, за 2010 год сеть кафе, ресторанов, закусочных и прочих заведений, которые относятся к рынку общественного питания, выросла всего на несколько единиц (в первом полугодии 2010 года было открыто 1 (одно) заведение).

...

...

...

Не объединяются черниговские рестораторы и между собой. По крайней мере, ни о какой ассоциации рестораторов в Чернигове речи не идет. А ведь, кроме всеукраинского, есть такие союзы даже в Ялте, Севастополе, Каменце-Подольском. Все взаимодействие ограничивается попытками отдельных всеукраинских компаний ресторанного бизнеса привлечь в свои ряды черниговских рестораторов. Механизм такого «сотрудничества» следующий: на двери заведения появляется наклейка, узнаваемая туристами (это должно склонить их сделать выбор в пользу такого ресторана или кафе). Взамен заведение общественного питания ежемесячно платит весьма солидную сумму и вынуждено соблюдать рекомендации компании по наполнению бара (конкретные соки, водка, минеральная вода и т.д.). Неудивительно, что в Чернигове не нашлось ни одного заведения, согласившегося на такие условия. Во всяком случае, на сайте этой известной компании, включающей более 100 ресторанов, лишь один представитель Черниговской области – авто-гриль «Мисливець».

...

Рисунок. Структура затрат на заведения общепита жителями города Чернигов

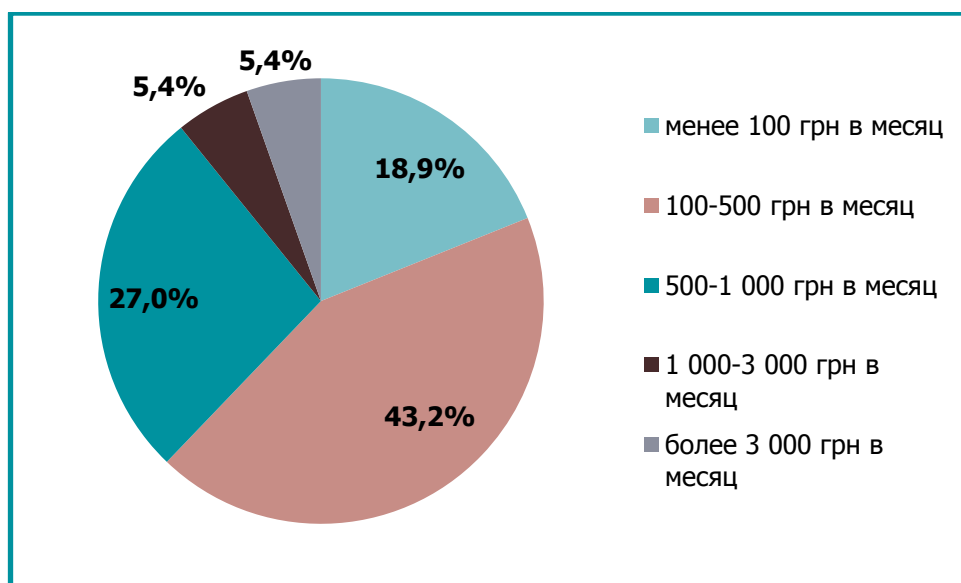
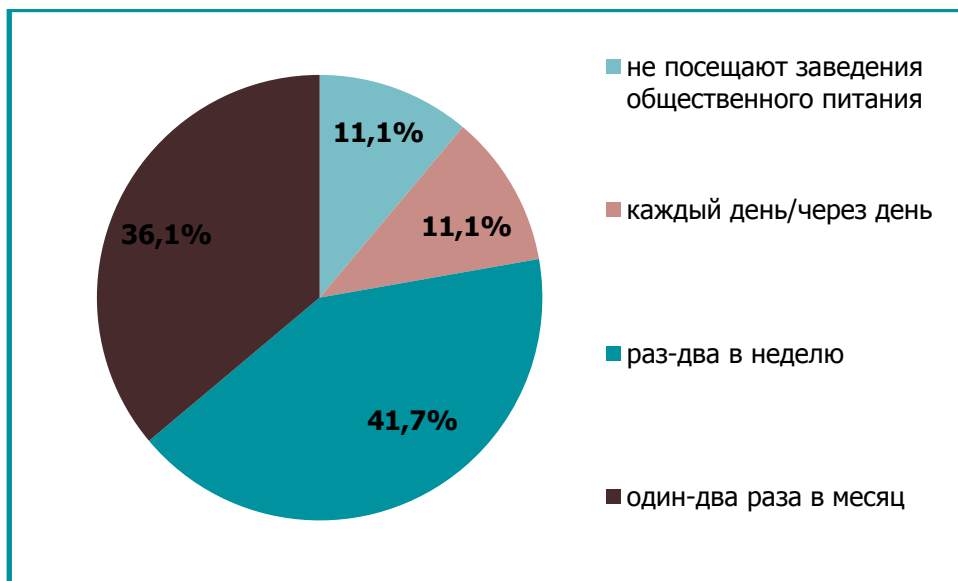


Рисунок. Частота посещения жителями г. Чернигов заведений общепита.



...
...
...
...
...

4. SWOT –анализ компании

Сильные стороны (S)	Возможности (O)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Наличие опыта работы на рынке общественного питания ▪ Стабильный спрос на предлагаемые услуги ▪ ... ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Возможность привлечения дополнительного капитала и посредством его открытие нового заведения ▪ ... ▪
Слабые стороны (W)	Внешние угрозы (T)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Зависимость производственного процесса от стабильных поставок необходимого сырья ▪ ... ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Смены поставщиков материалов и сырья ▪ ... ▪

5. Оценка стоимости бизнеса

5.1. Затратный подход

Данный подход оценки рассматривает стоимость компании с позиции понесенных расходов и заключается в поэлементной оценке рыночной стоимости активов и обязательств компании.

Поскольку объектом оценки является ООО «...», акции которой не продаются на открытом биржевом рынке, то стоимость компании определяется на основании использования показателя чистых активов, а точнее метода стоимости чистых активов

Согласно данному методу, величина рыночной стоимости предприятия определяется как разница между общей рыночной стоимостью активов и общей величиной обязательств предприятия:

$$СК = ЧА = А - П$$

где:

СК – стоимость компании,

ЧА – чистые активы,

А – рыночная стоимость активов,

П – рыночная стоимость пассивов.

Для расчета стоимости компании ООО «...» использовались данные официальной бухгалтерской отчетности компании состоянием на 31.12.2010 г.

Таблица. Расчет стоимости компании на основании метода чистых активов

НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ	БАЛАНСОВАЯ СТОИМОСТЬ	СКОРЕКТИРОВАННАЯ СТОИМОСТЬ
Нематериальные активы
Основные средства
ИТОГО НЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ:
Запасы
НДС по приобретенным ценностям
Дебиторская задолженность (текущая)
Денежные средства
Прочие оборотные активы

НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ	БАЛАНСОВАЯ СТОИМОСТЬ	СКОРЕКТИРОВАННАЯ СТОИМОСТЬ
ИТОГО АКТИВЫ
Заемные средства
Кредиторская задолженность
Прочие пассивы
ИТОГО ПАССИВЫ
СТОИМОСТЬ ЧИСТЫХ АКТИВОВ, грн.
Стоимость привилегированных акций
СТОИМОСТЬ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА, грн.

Поскольку балансовая стоимость активов и пассивов компании рассчитывалась на основании официальной отчетности, которая не показывает реальное состояние на предприятии в разрезе его прибыльности, то данный метод не является полностью корректным для оценки стоимости бизнеса, поскольку значительно занижает его реальную стоимость.

Стоимость компании Общество с ограниченной ответственностью «...», определенная методом стоимости чистых активов на дату оценки – 1 января 2011 года – составляет ...

5.2. Доходный подход

Для проведения адекватной оценки стоимости компании в рамках доходного подхода было использовано два метода: метод дисконтирования денежных потоков и метод добавленной экономической стоимости (EVA).

...

Выбор метода дисконтирования денежных потоков был обоснован тем, что ООО «...» имеет продолжительную историю хозяйственной деятельности, компания не прекратила свою деятельность в период кризиса 2009 года и сейчас находится на стадии стабильного экономического развития.

Метод дисконтированных денежных потоков

$$PV = \sum_{i=1}^t CF_i / (1+r)^{i-0,5} + CF_{(t+1)} / (r-g) * (1+r)^t$$

где:

PV – текущая стоимость,

CF - доход t –го периода,

r – ставка дисконтирования,

t – последний год прогнозного периода,

g – темпы роста денежного потока в остаточном периоде.

Расчет ставки дисконтирования

Ставка дисконтирования – это ставка, которую покупатель или инвестор ожидает получить от вложения своих средств в проект.

...

Согласно модели средневзвешенной стоимости капитала, ставка дисконта (WACC – Weighted Average Cost of Capital) в общем виде определяется следующим образом:

$$WACC = kd * (1 - tc) * wd + ks * ws$$

где:

Kd – стоимость привлеченного заемного капитала, компании, согласно средней стоимости кредитных средств в гривне привлеченных на 1 год в банковской системе Украины – 18,4 %.

Tc – ...

Расчет денежных потоков

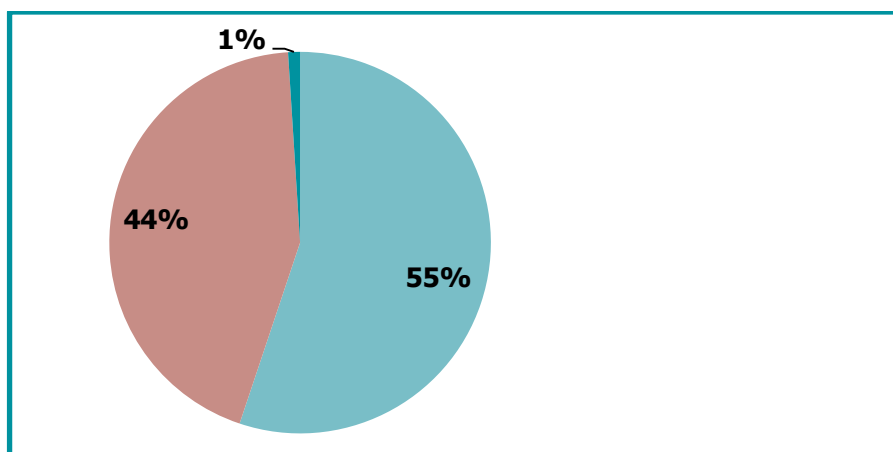
План продаж на 2011 - 2013 года компании составлен исходя из прогнозных показателей роста рынка, которые являются адекватным отображением возможного прироста выручки предприятия.

...

Таблица. План продаж ООО «...»

Реализация	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	Постпрогноз	ИТОГО
Ресторан "Два гуся"
Ресторан "Суши студия"
Другая выручка
ВСЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ

Рисунок. Структура доходов предприятия за 5 лет



Оценка планового уровня расходов компании была составлена на основании ретроспективного анализа деятельности компании в период 2010 и начала 2011 гг., а также скорректирована с учетом планового расширения объемов производства продукции.

План расходов был составлен на основании фактических затрат предприятия на ведение деятельности ресторанов, которые были скорректированы с учетом планируемого роста объема продаж предприятия.

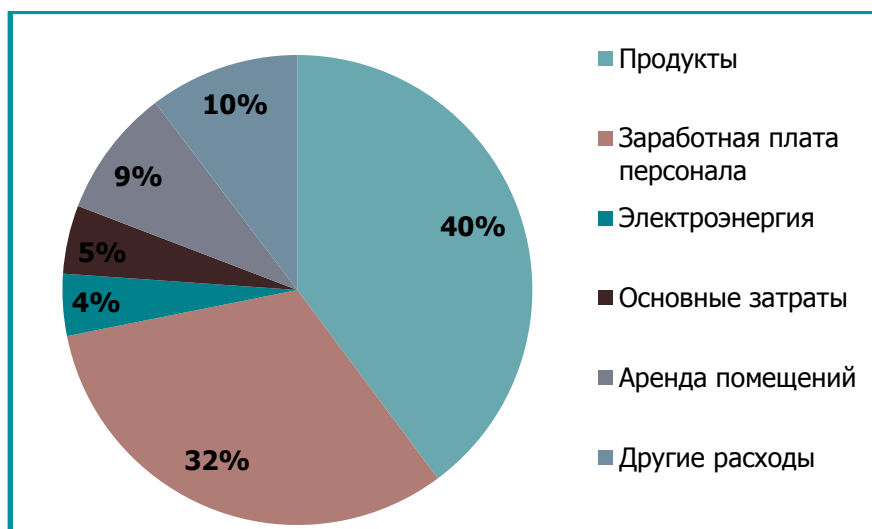
...

Непредвиденные расходы – это расходы, которые не были заложены при планировании деятельности на текущий месяц, но возникли в процессе ведения деятельности и являются необходимыми для обеспечения производственного процесса.

Таблица. План расходов компании и налоговых отчислений

Статья расходов	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	Постпрогноз	ИТОГО
Продукты
Аренда помещений
Заработная плата персонала
Электроэнергия
Основные затраты
Хозяйственные нужды
Непредвиденные расходы
Реклама
Выплата процентов
Возврат кредита
Нал. расходы
Налоговые платежи и другие отчисления в бюджет:
<i>НДС</i>
<i>Налог на прибыль</i>
Выплаты собственникам
ИТОГО

Рисунок. Структура расходов предприятия за 5 лет



В процессе прогнозирования доходов и расходов ООО «...» не осуществлялась корректировка на индекс инфляции ни доходов ни расходов компании, таким образом, стоимость оценивалась в ценах текущего периода.

Таблица. Расчет свободного денежного потока компании

	2010	Прогноз			Пост-прогноз
		2011	2012	2013	
NOPLAT
Амортизация
Валовой денежный поток
Изменение оборотного капитала
Капитальные затраты
Изменение величины прочих активов минус обязательства
Валовые инвестиции
FCF (Свободный денежный поток)
IR (Норма инвестирования)
CV fcf (продленная стоимость)
Коэффициент дисконтирования
Приведенная стоимость FCF
СТОИМОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Таким образом, согласно методу дисконтированных денежных потоков, стоимость компании ООО «...» составляет ...

Модель Economic Value Added (EVA)

Управление компанией ООО «...» направлено на обеспечение роста рыночной стоимости компании. Поэтому для проведения адекватной оценки деятельности компании был определен показатель экономической добавленной стоимости и на основании его сделана оценка стоимости компании по модели EVA.

Стоимость компании согласно модели EVA определяется по формуле:

$$PV = \text{Инвестированный капитал в начале прогнозного периода} + \text{Приведенная стоимость прогнозируемой экономической прибыли на протяжении прогнозного периода} + \text{Приведенная стоимость прогнозируемой экономической прибыли в постпрогнозный период}$$

Поскольку в плановый период компания будет обеспечивать постоянную рентабельность новых инвестиций, а доходы и NOPLAT компании постоянно растут, то для определения продленной стоимости компании ООО «...» была использована формула:

$$CV_{EP} = \frac{NOPLAT_{t+1} * (1 - g / ROIC_i)}{WACC - g}$$

где:

CV_{EP} – ...

Динамика следующих показателей служит основанием для дальнейшего расчета уровня показателей экономической прибыли в прогнозируемый период.

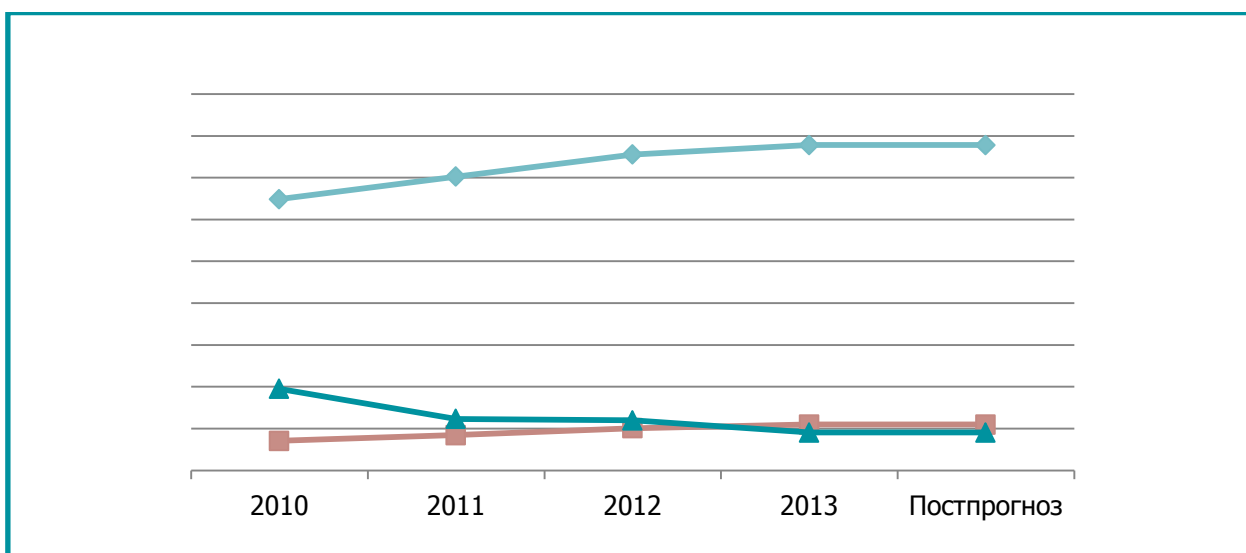
Таблица. Расчет экономической прибыли ООО «...»

	2010	Прогноз			Постпрогноз
		2011	2012	2013	
ROIC
WACC
Спред
Инвестированный капитал
NOPLAT
EP
IR (Норма инвестирования)
g (темпы роста NOPLAT)
CVep (продленная стоимость)

Инвестированный капитал представляет объем инвестиций в основную деятельность компании. Он равен сумме операционного оборотного капитала, чистых основных средств и чистых прочих активов. Иными словами, инвестированный капитал представляет общий объем капитала, вложенного в компанию инвесторами.

...

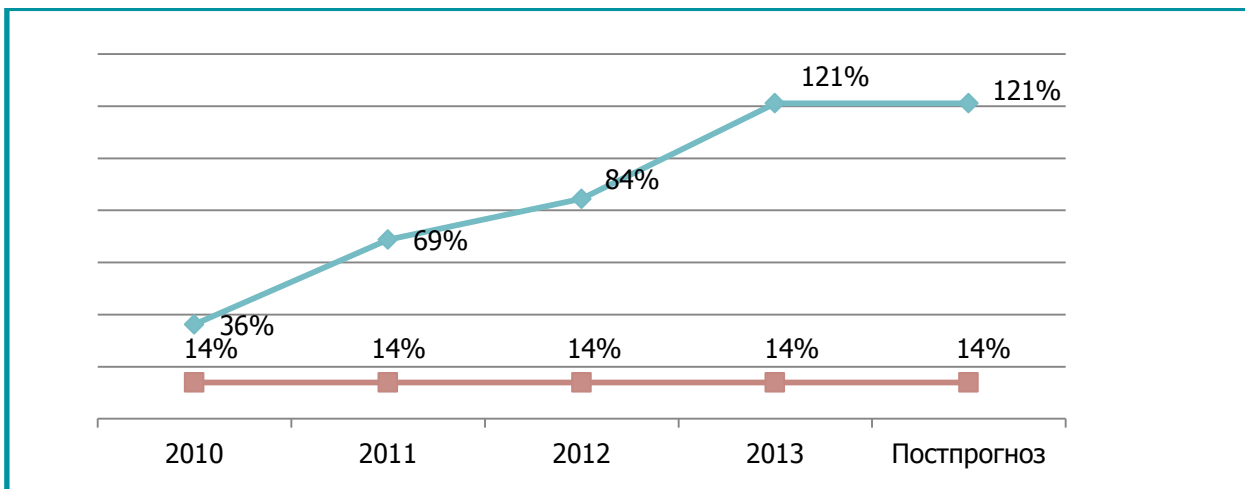
Рисунок. Динамика прибыльности ООО «...»



Рентабельность инвестированного капитала (ROIC) отображает результаты основной деятельности компании в чистом виде и рассчитывается по формуле:

$$ROIC = \frac{NOPLAT}{\text{Инвестированный_капитал}}$$

Рисунок. Динамика ROIC и WACC ООО «...»



Таким образом, исходя из методики расчетов стоимости компании по модели EVA, уровня экономической прибыли в прогнозируемый период, величины продленной стоимости компании и размера инвестированного капитала на начало периода оценки, стоимость компании ООО «...» составляет ...

Таблица. Стоимость ООО «...» согласно модели EVA

Год	EVA	Коэффициент дисконтирования	Приведенная стоимость EVA
		13,9%	
2010
2011
2012
2013
Свер (Продленная стоимость)			...
Приведенная стоимость EVA			...
Величина инвестированного капитала на начало периода			...
Стоимость основной деятельности			...
Стоимость инвестиций, не связанных с основной деятельностью			...
СТОИМОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ			...

5.3. Метод мультипликаторов

Одним из основных методов оценки стоимости компании является сравнение компании с подобными компаниями на рынке с использованием метода мультипликаторов. Для эффективного использования данного метода необходимо информация по аналогичным сделкам купли-продажи на рынке, что не всегда является возможным, в силу неразвитости рынка Украины. Кроме того, часто информация по реальным сделкам является закрытой, либо стоимость сделки занижена.

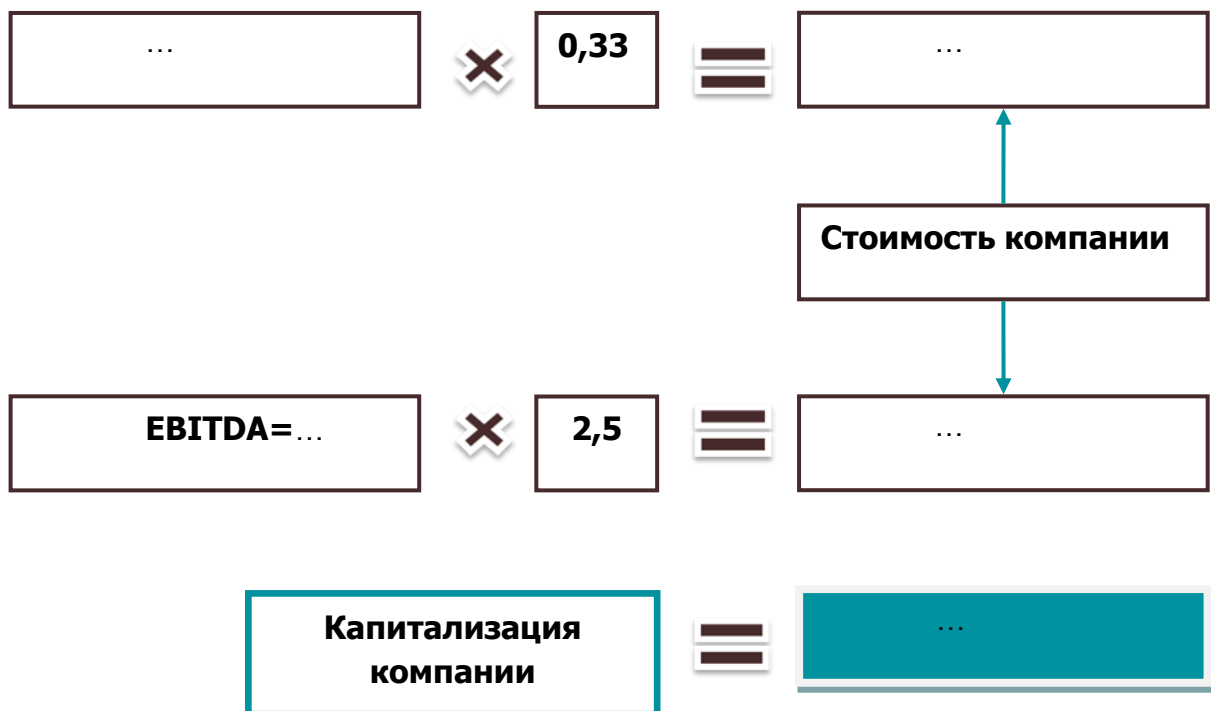
...

Проанализировав информацию о сделках на рынке продажи объектов сегмента общественного питания, было получено 2 мультипликатора:

$$EV/Sales=x0,33$$

$$EV/EBITDA=x2,5$$

Таким образом, стоимость бизнеса на основании данных о прибыльности бизнеса в 2010 году при использовании метода мультипликаторов составит:



Таким образом, исходя из методики расчетов стоимости компании с использованием рыночных мультипликаторов стоимости бизнеса, стоимость компании ООО «...» составляет ...

6. Выводы

Общество с ограниченной ответственностью «Про-Консалтинг», в дальнейшем «Субъект оценочной деятельности», было приглашено для проведения независимой оценки стоимости компании ООО «...», в дальнейшем «Объект оценки».

Заказчик: ООО «...».

Цель оценки: определение рыночной стоимости компании.

Вид стоимости: рыночная.

Дата оценки: май ...

Оценка стоимости компании была проведена с применением затратного, доходного подходов и рыночных мультипликаторов.

...

При оценке затратным подходом определялись чистые активы компании, то есть стоимость компании была оценена с позиции понесенных владельцами ООО «...» расходов на организацию бизнеса.

При оценке стоимости компании с применением метода мультипликаторов в расчет принималось два наиболее широко распространенных мультипликатора оценки бизнеса EV/Sales, EV/EBITDA, размер которых принимался на среднерыночном уровне, который характерен для сегмента общественного питания и для небольших предприятий.

Исходя из особенностей каждого из подходов оценки и методики их расчетов величина стоимости компании отличается.

В результате проведенного анализа были получены следующие результаты:

Таблица. Рыночная стоимость ООО «...»

Подход к оценке	Название метода оценки	Расчетная стоимость предприятия	Вес, %	Рыночная стоимость предприятия
Расходный	Метод чистых активов
Доходный	Модель EVA
	Модель дисконтированных денежных потоков	...		
Рыночный	Метод мультипликаторов
Стоимость компании		

При расчете рыночной стоимости компании каждому из методов был присвоен удельный вес исходя со следующих предпосылок:

- Расходный подход (метод чистых активов) – 10%. Наименьший размер удельного веса обусловлен тем, что баланс компании составлен на основании данных официальной отчетности, которая не является репрезентативной и не предоставляет достоверных данных по стоимости бизнеса;
- Доходный подход – 40%. Метод EVA и Модель дисконтирования денежных потоков – в мировой практике оценки стоимости бизнеса используются в равных долях, поэтому удельный вес данных моделей доходном методе равный и составляет 20% каждый.
- Рыночный подход (метод мультипликаторов) – 50%. Данный метод является наиболее распространенным в мировой практике, поэтому его удельный вес в процессе оценки стоимости бизнеса – наиболее значительный

Таким образом, рыночная стоимость компании ООО «...» на дату оценки колеблется в пределах ...