

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності «076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: «Управління вартістю підприємства (на прикладі «Clubhouse hotel)»

Виконавець:

студент VI курсу ФЕУП
Дрожжин Олексій Андрійович

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н, доцент
Сментина Наталія Валентинівна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. У сучасних економічних умовах із розвитком різних організаційно-правових форм і сфер бізнесу постають важливі питання, що пов'язані з вартістю суб'єктів господарювання, оскільки вона відображає сукупну характеристику фінансових показників діяльності підприємства та забезпечує інтереси різних учасників ринкових відносин. Вартість підприємств є критерієм їх розвитку й ефективного функціонування в наявних умовах зовнішнього середовища. Отже, актуальним питанням є дослідження процесу управління вартістю підприємства. Сьогодні все більша кількість компаній, приймаючи різні управлінські рішення, керуються фактором створення вартості.

Розглядаючи декілька альтернативних рішень, вибір робиться на користь того рішення, яке при інших рівних умовах дає більший приріст вартості компанії. Відповідним чином формуються стратегічне бачення й планування на підприємстві. Актуальність управління вартістю підприємства зростає через посилення конкурентної боротьби організацій за капітал інвесторів та акціонерів. Окрім того, необхідність управління вартістю підприємства продиктована сучасними вимогами до ведення бізнесу, які висуваються до топ-менеджерів підприємств. В цьому контексті особливої ваги набуває концепція в рамках нової управлінської парадигми, яка отримала назву вартісно-орієнтоване управління - VBM (Value Based Management).

VBM дозволяє фінансовим менеджерам здійснювати планування, моніторинг та управління діяльністю підприємств, забезпечуючи підвищення акціонерної вартості. VBM - підхід виник в процесі розвитку фінансового менеджменту.

Дослідження питань вартості підприємства висловили в своїх працях багато вчених-економістів, зокрема такі: Д.Л. Волков, І.В. Івашковська, Т.Л. Керанчук, Т. Коллер, Р.О. Костирко, Т. Коупленд, Н.А. Мамонтова, О.Г. Мендрул, Дж. Муррін, Т.В. Теплова, О.О. Терещенко, А.М. Турило та інші.

Мета роботи: – дослідити теоретичні та методологічні аспекти управління вартістю підприємства, визначити перспективи розвитку «Clubhouse hotel» на базі концепції управління вартістю.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити сутність поняття «вартість підприємства» та з'ясувати необхідність проведення досліджень цього поняття;
- зазначити фактори, що впливають на вартість;
- описати основні методики аналізу вартості;
- окреслити цільові орієнтири підприємств готельно-ресторанного бізнесу в контексті управління вартістю;
- проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище готельного бізнесу;
- дослідити основні вартісні показники підприємства «Clubhouse hotel»;
- виявити фактори збільшення вартості «Clubhouse hotel»;
- спрогнозувати основні зміни вартості підприємства «Clubhouse hotel»;

– оцінити потенціал Clubhouse hotel для запровадження інвестиційних рішень на основі вартості.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні аспекти управління вартістю підприємства.

Об’єктом дослідження є – управління вартістю підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи і прийоми дослідження, зокрема: історичний, діалектичний, абстрактно-логічні методи, а також метод аналізу та синтезу, математичний метод кореляційно-регресивного аналізу і інші економіко-статистичні прийоми.

Інформаційною базою дослідження є фахова література з проблематики досліджень вартості підприємства, матеріали наукових конференцій, присвячені оцінці загальних тенденцій прийняття інвестиційних рішень на основі вартості, законодавчі та нормативно-правові акти, статистичні дані Головного управління статистики.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменування). Загальний обсяг роботи становить 82 сторінки. Основний зміст викладено на 74 сторінках. Робота містить 21 таблицю та 4 рисунку.

Публікації. За результатами дослідження підготовлена стаття на тему «Цільові орієнтири підприємств готельно-ресторанного бізнесу в контексті управління вартістю», опублікована у «Науковому віснику» Одеського національного економічного університету.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти управління вартістю підприємства**» розглядаються теоретичні аспекти управління вартістю підприємства, фактори, що впливають на вартість, а також теоретичні засади прийняття управлінських рішень на основі вартості.

У другому розділі «**Оцінка діючих стратегій підприємства готельно-ресторанного бізнесу clubhouse hotel**» проведено аналіз діяльності підприємства «Clubhouse hotel», що функціонує у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Визначені цільові орієнтири підприємств готельно-ресторанного бізнесу в контексті управління вартістю.

У третьому розділі «**Обґрунтування інвестиційних рішень для Clubhouse Hotel на базі вартості**» Проведено оцінку економічної ефективності проекту відкриття Велнесс-СПА та винного бару. Проаналізовані можливі сценарії впливу проектів на платоспроможність та майбутню вартість підприємства.

ВИСНОВКИ

Результати проведених у роботі досліджень дозволяють зробити такі висновки.

1. Вартість компанії - це аналітичний показник, що являє собою оцінку вартості компанії з урахуванням всіх джерел її фінансування: боргових зобов'язань, привілейованих акцій, долі меншини і звичайних акцій компанії.

2. Ключовими факторами, які впливають на вартість підприємства є:

- кон'юнктура ринку;
- вигоди від володіння бізнесом, які можуть бути отримані у майбутньому (темпи зростання прибутку, дохід на інвестований капітал);
- ризик отримання прибутку;
- ступінь контролю, яку одержує новий власник;
- ліквідність підприємства.

3. Застосування оцінки, як правило, підвищує ефективність використання ресурсів і забезпечує підвищення рівня контролю та безпеки. Комплексний підхід до оцінки полягає у встановленні ринкової вартості функціонуючого підприємства, тобто оптимальної ціни, по якій її можна продати на конкурентному ринку.

4. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу не можуть функціонувати без цільових орієнтирів, а управління вартістю допомагає більш ефективно приймати рішення.

5. Внутрішнє та зовнішнє середовище ринку готельно-ресторанного бізнесу постійно змінюється та розвивається, тому потрібно приймати максимально ефективні рішення.

6. Визначивши чисту поточну вартість було виявлено, що вона складає --635 314 гривень і є негативною, тому, якщо підприємство «Clubhouse hotel» не знайде спосіб підвищення доходу то отримає найближчий прибуток лише на третій рік функціонування.

7. Виявлено, що велике значення для формування вартості підприємства має час отримання доходів. Одна справа, якщо власник купує активи і швидко починає отримувати прибуток від їх використання, і інша справа, якщо інвестування і повернення капіталу відокремлені значним проміжком часу. На величині вартості неминуче відбивається ризик як ймовірність отримання очікуваних у майбутньому доходів. Одним з найважливіших факторів, що впливають на вартість, є ступінь права контролю, яку отримує новий власник.

8. Розроблені пакети інвестиційних рішень, для збільшення прибутку та загальної вартості підприємства. У їх числі:

- Будівництво зони Велнесс-СПА, що обійдеться підприємству у 21 059 800 з яких 18 791 800 млн.грн. вартість обладнання а 2 268 000 млн.грн. вартість ремонту площі, але орієнтовано принесе сумарний дохід за перший рік який дорівнює 13 014 000 млн.грн.

- Будівництво винного бару з ціною будівництва 341 600 тис.грн. та очікуваним доходом 1 512 000 млн. грн. за перший рік.

9. Спрогнозовані майбутні шляхи розвитку підприємства «Clubhouse hotel» при прийнятті нового пакету інвестиційних рішень:

- у перший рік чистий прибуток підприємства буде дуже негативним, а саме -10 125 142 млн.грн., але це доцільно, тому-що на наступний рік чистий прибуток складе вже 1 163 964 млн.грн. та буде позитивним.

- Чистий грошовий потік теж збільшиться з -1 881 166 млн.грн. за другий рік, до 850 291 млн.грн. та почне приносити дохід вже з другого року після впровадження рішення прийнятого на основі вартості.

АНОТАЦІЯ

Дрожжин О.А. «Управління вартістю підприємства (на прикладі «Clubhouse hotel»)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка планування та управління бізнесом». – Одеський національний економічний університет. – м. Одеса, 2018 рік.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління вартістю підприємства, фактори, що впливають на вартість, а також теоретичні засади прийняття управлінських рішень на основі вартості.

Проведено аналіз діяльності підприємства «Clubhouse hotel», що функціонує у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Визначені цільові орієнтири підприємств готельно-ресторанного бізнесу в контексті управління вартістю

Проведено оцінку економічної ефективності проекту відкриття Велнесс-СПА та винного бару. Проаналізовані можливі сценарії впливу проектів на платоспроможність та майбутню вартість підприємства.

Ключові слова: вартість підприємства, управління, інвестування, готельно-ресторанний бізнес, ефективність.

ANNOTATION

Drozhzhyn O.A.«Enterprise value management(on the example of «Clubhouse hotel»)»

Thesis for Master degree in specialty “Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges” under the program “Economics, Planning and Business Management”. – Odessa National University of Economics. – Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. The object of study is hotel and restaurant business’ enterprise value management.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the enterprise value management, the factors influencing the value, as well as the theoretical basis of the cost-based management decision-making are reviewed in the research paper.

The analysis of the «Clubhouse hotel» activity operating in the sphere of hotel & restaurant business was carried out. The enterprise target milestones of hotel & restaurant business in the context of cost management are determined.

The evaluation of cost-effectiveness of the Wellness Spa and Wine Bar Project opening was conducted. Possible scenarios of the project impact on solvency and future value of the enterprise are analyzed.

Key words: cost of the enterprise, management, investment, hotel and restaurant business, efficiency.