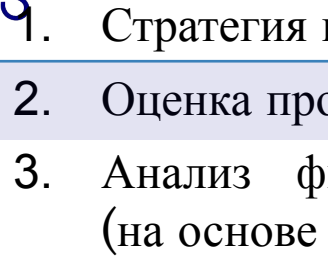



Оценка деятельности компании **UNILEVER GROUP**

Контрольная работа по предмету
«Экономический анализ деятельности предприятия/организации»

Содержание работы:

- 
1. Стратегия компании и ее позиция на рынке
 2. Оценка продаж и производства компании
 3. Анализ финансовых результатов компании (на основе анализа Income Statement)
 4. Оценка финансового состояния компании (на основе анализа Balance Sheet)
 5. Оценка денежных потоков компании (на основе анализа Cash Flow Statement)
 6. Оценка различных показателей эффективности компании Unilever
 7. Оценка стоимости компании Unilever
- 
-



Выводы о деятельности компании UNILEVER

01

Компания Unilever является одной из ведущих и крупнейших компаний на рынке потребительских товаров. Она успешно развивается и ведёт ответственную экономическую деятельность.

02

По большинству рассмотренных показателей компания показывает положительную динамику. Но в то же время наблюдается ряд проблем в финансовом состоянии компании и эффективности использования средств.

03

Тем не менее, в результате рассмотренных значений в динамике и их взаимосвязи нужно отметить, что компания Unilever является очень привлекательной и выгодной для инвестирования и имеет высокую чистую приведенную стоимость (согласно оценки автора).

1.

Стратегия и позиция на рынке

«Наша корпоративная цель заключается в том, чтобы достигать успеха за счет применения высочайших стандартов корпоративной этики по отношению ко всем, с кем мы работаем, а также к окружающей среде, на которую мы оказываем влияние».

Компания Unilever.

Принципы компании UNILEVER



Добросовестная работа

В основе корпоративной ответственности компании лежат честность и уважение по отношению к людям, организациям и объектам окружающей среды, которые имеют отношение к бизнесу.



Приверженность цели

Стремление постоянно совершенствовать методы контроля воздействия на окружающую среду и осуществление работы в направлении долгосрочной цели по развитию устойчивого бизнеса.



Позитивное воздействие

Стремление оказывать позитивное воздействие всеми средствами: через бренды, коммерческие операции и связи, за счет добровольных взносов, а также различными другими методами, при реализации которых компания действует совместно с общественными организациями.



Сотрудничество

Выбор поставщиков, разделяющих ценности компании и соблюдающих стандарты. Имеется Кодекс поставщиков, согласованный с Кодексом корпоративных принципов (11 принципов о добросовестности при ведении бизнеса, ответственности по отношению к работникам, потребителям, окружающей среде).



Формулировка устремлений

Устремления компании в ведении бизнеса изложены в корпоративной цели. Она подкреплена Кодексом корпоративных принципов, в котором изложены операционные стандарты, обязательные для всех сотрудников Unilever, независимо от того, в какой стране они работают. Этот Кодекс также определяет подход к вопросам управления и корпоративной ответственности.

Стратегия компании UNILEVER



Видение

- **Рост бизнеса**
 - Продажи
 - Норма прибыли
 - Эффективность капитала
- **Улучшение здоровья и благополучия**
 - Питание
 - Здоровье и гигиена
- **Повышение качества жизни**
 - Справедливость на рабочем месте
 - Благоприятные возможности для женщин
 - Всесторонний бизнес
- **Уменьшение воздействия на окружающую среду**
 - Парниковые газы
 - Вода
 - Отходы
 - Снабжение из возобновляемых источников



Выбор

- **Выбор портфеля**
 - Выбор категорий
 - Активное управление портфелем
 - Создание престижного бизнеса
- **Бренды и инновации**
 - Целенаправленный подход к инновациям
 - Повышение эффективности и нормы прибыли
 - Увеличение объема инвестиций в цифровой маркетинг
- **Развитие рынка**
 - Направления к рынку
 - Развивающиеся рынки
 - Электронная торговля
- **Быстрота реакции и стоимость**
 - Бюджетирование с нулевой базой
 - Производственная база и накладные расходы
 - Использование масштабирования
- **Люди**
 - Привлечение талантов
 - Развитие талантов
 - Рост на основе ценностей



Ценности

- **Последовательный**

Компания обеспечивает последовательность в росте базовых продаж, основной нормы прибыли и свободного денежного потока, делая инвестиции для поддержки системы снабжения, брендов, маркетинговой службы, сотрудников и сектора информационных технологий.
- **Конкурентоспособный**

Инвестируя в инновации, компания может расширять долю существующего рынка, а также осваивать новые рынки и сегменты.
- **Прибыльный**

Компания Unilever стремится непрерывно повышать эффективность производства для экономии средств и получения более высокой прибыли, обеспечивая дополнительные стимулы роста путем перенаправления средств на новые стратегические направления.
- **Ответственный**

Рост, который достигается с ответственным отношением к обществу, предполагает положительное социальное воздействие и снижение влияния на окружающую среду, что является сутью Плана устойчивого развития и улучшения качества жизни компании Unilever (USLP) и имеет очень важное значение для защиты и укрепления репутации.

Компания UNILEVER находится в числе лидеров на рынке потребительских товаров

<i>Company</i>	<i>Net Sales</i>
Nestle SA	\$89,885
The Procter & Gamble Company	\$76,279
Philip Morris International, Inc.	\$73,908
PepsiCo, Inc.	\$63,056
<u>Unilever N. V.</u>	<u>\$58,200</u>
The Coca-Cola Company	\$44,294
Anheuser-Busch InBev	\$43,604
JBS S.A.	\$41,706
Tyson Foods, Inc.	\$41,373
LVMH Moët Hennessy Louis	\$39,831

- В течение 15 из последних 16 лет Unilever лидирует в промышленной группе «Еда, напитки и табак» в Индексе устойчивости Dow Jones (DJSI).
- В 2015 году компани. признали Лидером группы (92 балла из 100) в Годовом отчете по устойчивому развитию—2016 RobecoSAM и вручили знак отличия золотого уровня.
- В 2015 году компания Unilever в 6-ой раз подряд стала лидером исследования GlobeScan /SustainAbility «Лидеры устойчивого развития».
- В 2015 году Unilever стала одной из 113 компаний в мире, которым был присвоен рейтинг А в категории снижения воздействия на климат, что следует из «Списка А»: индекс-отчет лидерства по снижению воздействия на климат по 2015 году, разработанный международной негосударственной организацией CDP. Компания Unilever получила максимум пунктов по показателю раскрытия информации: 100 из 100 – на 15 пунктов выше, чем в 2013 году, и на 1 больше, чем в 2014.



2.

Оценка продаж и производства

«Чтобы реализовать наше видение, мы сделали инвестиции на основе долгосрочной стратегии в определенные категории продуктов и бренды, которые обеспечивают развитие на благо всех заинтересованных сторон».

Компания Unilever.

Компания UNILEVER активно развивается и заботится об окружающей среде

- Компания Unilever считает, что прибыльный рост должен сопровождаться ростом ответственности перед обществом.
- 60% всего сельскохозяйственного сырья поставляется из возобновляемых, экологически устойчивых источников.
- Миссия научно-исследовательского подразделения компании заключается в создании новых брендов на основе инновационных технологий и достижений современной науки.
- Компания координирует свои действия с сетью глобальных контрольно-диспетчерских пунктов UltraLogistik для улучшения уровня обслуживания клиентов, сокращения расходов и уменьшения выбросов CO₂. Unilever все чаще использует гибридные автомобили и железнодорожный транспорт вместо обычных грузовиков.

- Компания имеет самую крупную в мире цепь поставок товаров массового потребления.
- Выручка компании за 2015 год составила 53,272 млрд. евро.
- Объем годовой программы закупок компании составляет 35 млрд. евро.
- Unilever производит продукцию на примерно 300 фабриках.
- Общее количество брендов превосходит 1.000.



Компания генерирует выручку по различным продуктам и регионам под десятками брендов.

Изменение значений выручки по сегментам



Изменение значений выручки, по регионам



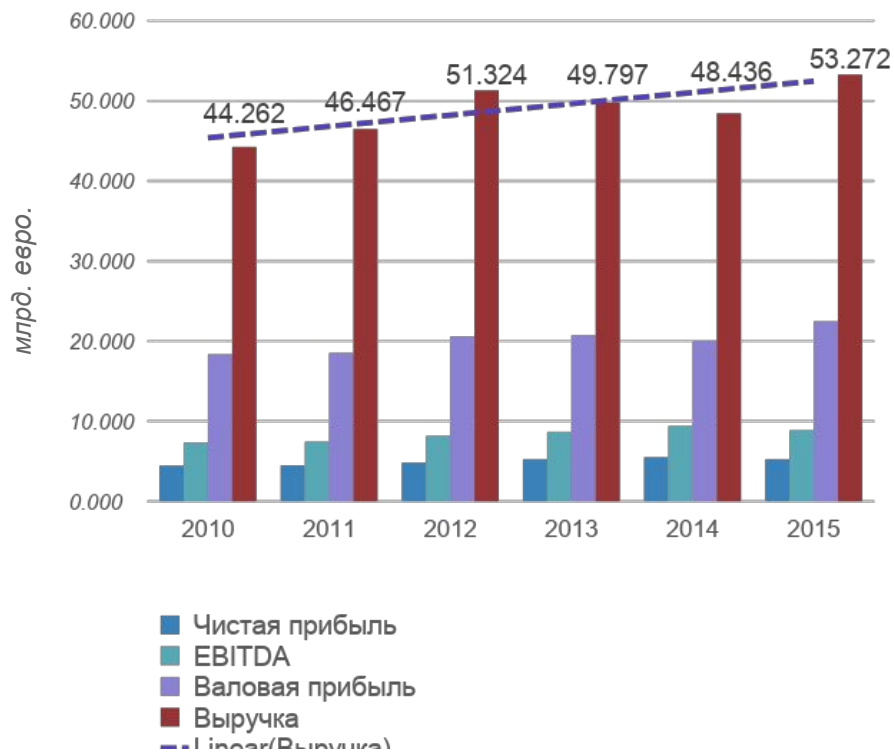
Каждый день 2 миллиарда человек используют продукты компании Unilever, которая выпускается под более чем 400 крупными брендами. При этом компания фокусируется на брендах-«миллиардниках»:



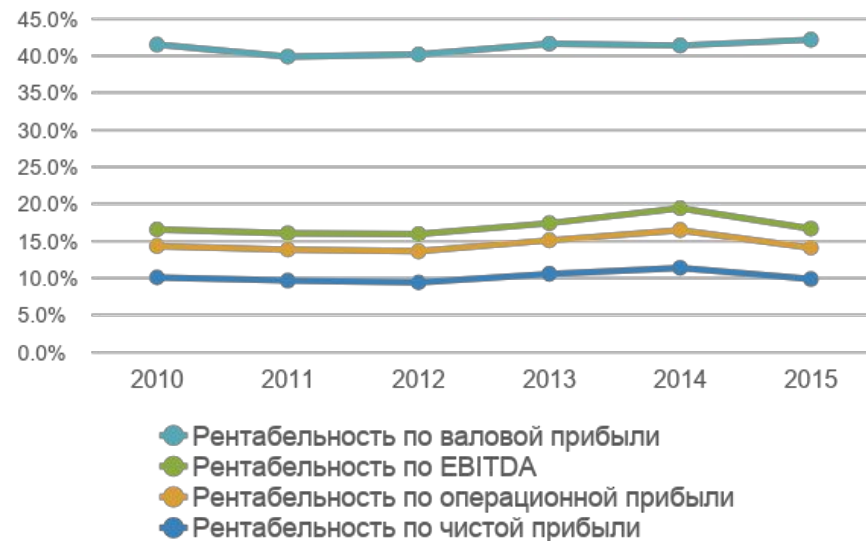
3.

Анализ финансовых результатов

Компания UNILEVER обладает высокой эффективностью производства и ростом выручки.

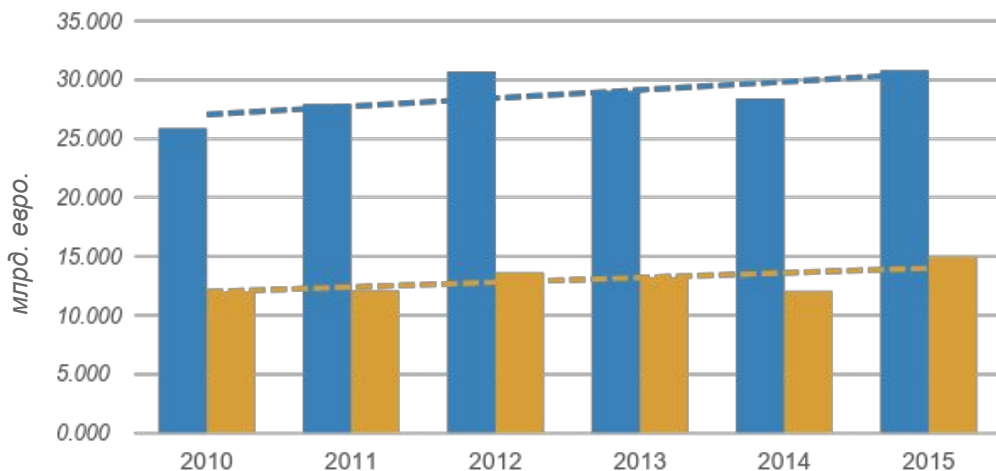


- В 6-летнем периоде у компании Unilever наблюдается рост выручки с 44,3 млрд. евро до 53,3 млрд. евро.
- В связи с этим среднегодовой темп прироста выручки с 2010 по 2015 год составил 3,8%.

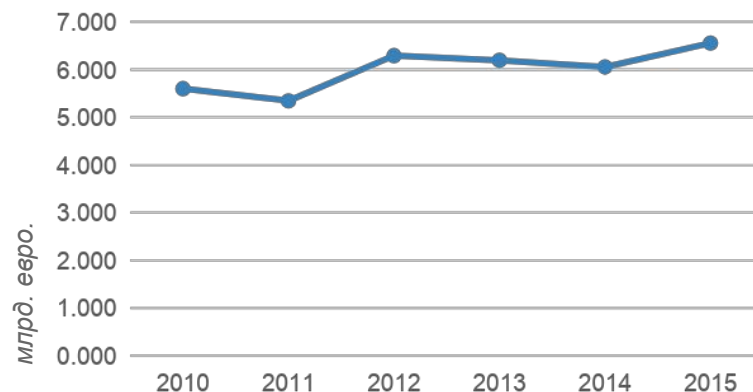


Вместе с тем возрастают переменные и постоянные затраты, а также затраты на труд.

- В 6-летнем периоде у компании Unilever отмечается рост переменных затрат с 25,9 млрд. евро в 2010 году до 30,8 млрд. евро в 2015 году и рост постоянных затрат с 12 млрд. евро в 2010 году до 15 млрд. евро в 2015 году.
- В структуре постоянных затрат также увеличились затраты на труд — с 5,6 млрд. евро в 2010 году до 6,6 млрд. евро в 2015 году.



■ Переменные затраты
■ Постоянные затраты
- - Linear(Переменные затраты)
- - Linear(Постоянные затраты)



4.

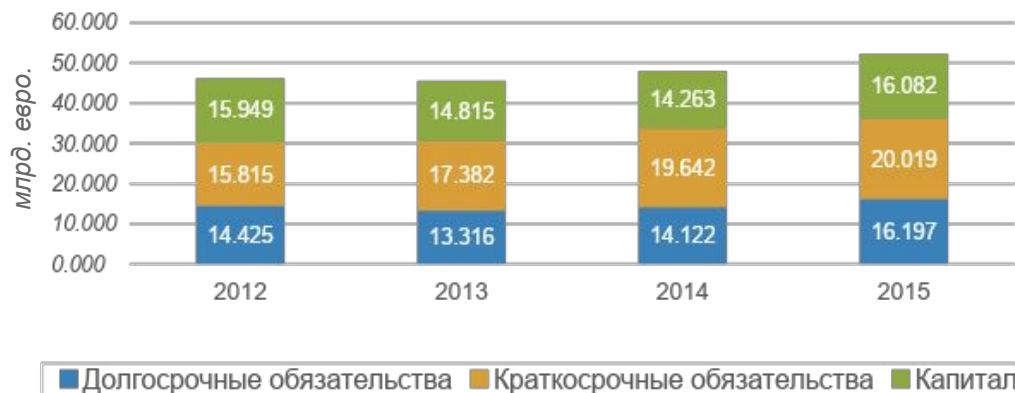
Анализ финансового состояния

У компании UNILEVER в 4-летнем периоде итог баланса изменяется в положительную сторону.

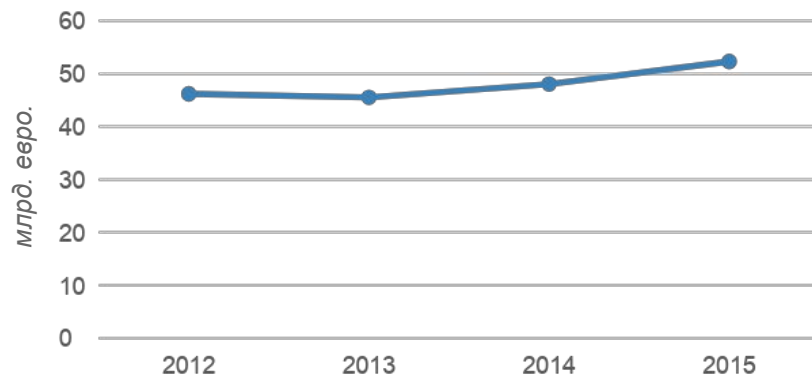
Изменение Активов



Изменение Пассивов



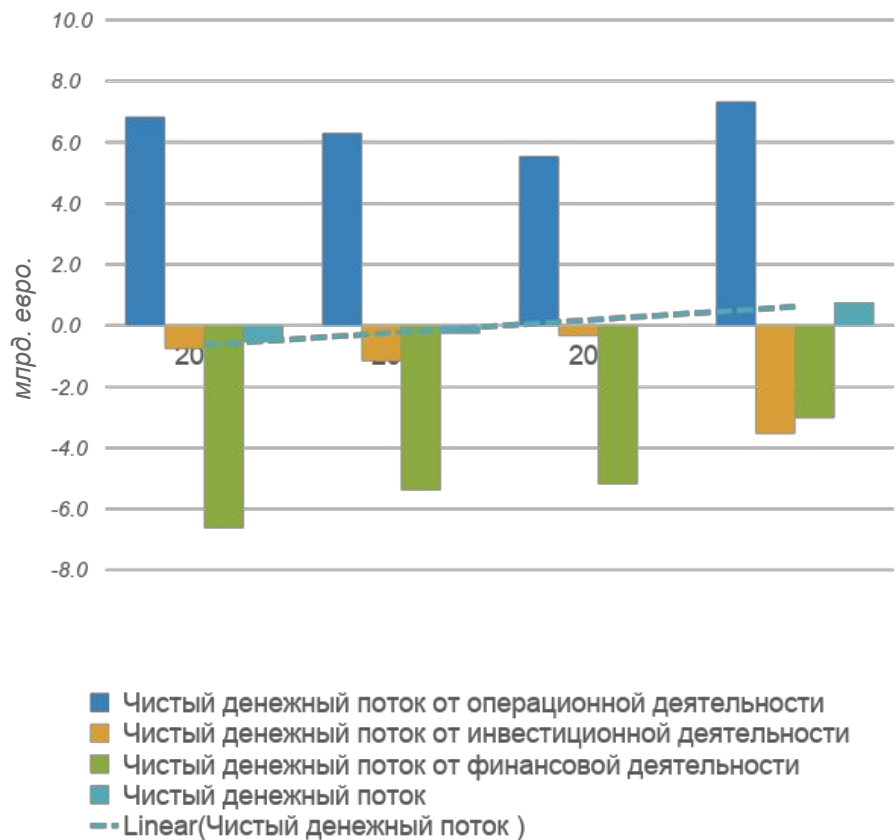
- Вместе с увеличением итога баланса в активах наблюдается больший рост значений внеоборотных активов, нежели оборотных.
- В структуре пассивов увеличиваются краткосрочные обязательства. Также стабильно увеличиваются финансовые обязательства структуре долгосрочных обязательств.



5.

Анализ денежных потоков

У компании UNILEVER в 4-летнем периоде наблюдается увеличение чистого денежного потока.



- Чистый денежный поток компании Unilever имеет положительную тенденцию — наблюдается изменение с (0,5) млрд. евро в 2012 году до 0,8 млрд. евро в 2015 году.
- В 4-летнем периоде у компании наблюдается рост чистого денежного потока от операционной деятельности, снижение чистого денежного потока от инвестиционной деятельности и увеличение потока от финансовой деятельности, которой пока все еще остается отрицательным.
- В структуре чистого денежного потока от инвестиционной деятельности следует отметить возрастание расходов на приобретение групп компаний, совместных предприятий и ассоциаций — компания расширяется.
- В структуре потока от финансовой деятельности наблюдается увеличение расходов на выплату дивидендов и расходов, связанных с финансовыми обязательствами.

6.

Анализ эффективности бизнеса

	2012	2013	2014	2015
Коэффициент финансовой независимости	34,5%	32,6%	29,7%	30,8%
Коэффициент капитализации	1,9	2,1	2,4	2,3
Коэффициент устойчивого финансирования	65,8%	61,8%	59,1%	61,7%
Коэффициент текущей задолженности	0,3	0,4	0,4	0,4
Коэффициент текущей ликвидности	0,8	0,7	0,6	0,6
Коэффициент обеспеченности собственными обор. ср-ми	(0,3)	(0,4)	(0,6)	(0,6)
Коэффициент обеспеченности финансовых обяз-в активами	0,7	0,7	0,7	0,7
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	0,1	0,2	0,2
Коэффициент оборачиваемости оборотн. ср-в (по выручке)	-	4,1	4,0	4,3
Продолжительность оборота в днях	-	88,9	92,2	85,8
Экономия или перерасход оборотных средств	-	0,3	0,6	(0,9)
Рентабельность оборотных ср-в по чистой прибыли	0,4	0,4	0,4	0,4
Фондоотдача (по выручке)	-	5,3	4,9	4,9
Фондоёмкость (по выручке)	-	0,2	0,2	0,2
Капиталоотдача	-	0,8	0,8	0,7

Unilever

□ **Плюсы:**

- достаточная доля краткосрочных активов, которая может быть покрыта за счет наиболее ликвидных активов;
- растёт эффективность использования оборотных средств (быстрее оборачиваются);
- после некоторого перерасхода оборотных средств в 2015 году отмечается их экономия;
- рентабельность оборотных средств остаётся на стабильном уровне.

□ **Минусы:**

- зависимость от внешнего финансирования;
- отсутствие финансовой независимости;
- низкий уровень финансирования активов за счёт устойчивых источников;
- большое использование краткосрочного финансирования;
- отсутствие возможности погасить краткосрочные обязательства только за счет оборотных активов;
- отсутствие оборотных средств, профинансированных из своих источников;
- низкая способность расчёта по обязательствам после продажи активов;
- отсутствие способности финансирования текущей деятельности за счет собственных средств;
- снижается эффективность использования внеоборотных активов;
- снижается эффективность управления активами предприятия.

7.

Анализ стоимости компании

Стоимость компании UNILEVER указывает на привлекательные возможности инвестирования

		ед. измер.	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Rest of time
Расчёты							0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Выручка		млрд. евро	51,324	49,797	48,436	53,272	57,001	60,991	65,260	69,829	74,717	79,947	85,543	91,531	97,938	104,794	
	Переменные затраты	млрд. евро	30,703	29,065	28,387	30,808	48,451	51,842	55,471	59,354	63,509	67,955	72,712	77,802	83,248	89,075	
Валовая прибыль		млрд. евро	20,621	20,732	20,049	22,464	8,550	9,149	9,789	10,474	11,208	11,992	12,831	13,730	14,691	15,719	
	Постоянные затраты	млрд. евро	13,632	13,215	12,069	14,949	6,840	7,319	7,831	8,379	8,966	9,594	10,265	10,984	11,753	12,575	
Операционная прибыль		млрд. евро	6,989	7,517	7,980	7,515	1,710	1,830	1,958	2,095	2,242	2,398	2,566	2,746	2,938	3,144	
	Прочие доходы	млрд. евро	0,079	0,127	0,143	0,198	0,212	0,227	0,243	0,260	0,278	0,297	0,318	0,340	0,364	0,389	
	Финансовые затраты	млрд. евро	0,535	0,530	0,477	0,493	0,518	0,544	0,571	0,599	0,629	0,661	0,694	0,728	0,765	0,803	
Прибыль до налогообложения		млрд. евро	6,533	7,114	7,646	7,220	1,404	1,513	1,630	1,755	1,890	2,035	2,191	2,358	2,537	2,730	
	Налоги	млрд. евро	1,697	1,851	2,131	1,961	0,379	0,408	0,440	0,474	0,510	0,549	0,591	0,637	0,685	0,737	
Чистая прибыль		млрд. евро	4,836	5,263	5,515	5,259	1,025	1,104	1,190	1,281	1,380	1,485	1,599	1,721	1,852	1,993	
	Амортизация	млрд. евро	1,199	1,151	1,432	1,370	1,710	1,830	1,958	2,095	2,242	2,398	2,566	2,746	2,938	3,144	
	Капитальные расходы	млрд. евро	2,143	2,027	2,045	2,074	1,140	1,220	1,305	1,397	1,494	1,599	1,711	1,831	1,959	2,096	
	Оборотный капитал	млрд. евро	(2,796)	(2,967)	(3,409)	(4,649)	1,140	1,220	1,305	1,397	1,494	1,599	1,711	1,831	1,959	2,096	
	Изменение оборотного капитала	млрд. евро		(0,171)	(0,442)	(1,240)	5,789	0,080	0,085	0,091	0,098	0,105	0,112	0,120	0,128	0,137	
Денежный поток		млрд. евро		4,558	5,344	5,795	-4,194	1,635	1,757	1,888	2,029	2,180	2,343	2,517	2,704	2,904	
Дисконтированные денежные потоки		млрд. евро					-4,194	1,513	1,506	1,499	1,491	1,484	1,476	1,468	1,461	1,453	
Residual Value (2025)		млрд. евро															145,269
Чистая приведенная стоимость		млрд. евро															154,427



- При выборе наиболее реального и вместе с тем оптимистичного сценария для оценки стоимости компании Unilever сумма чистой приведенной стоимости превышает 150 миллиардов долларов.
- На оценку оказали влияние как фактические изменения показателей, так и скачки в значениях последних нескольких лет.

**Спасибо
за
внимание!**