

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Procena vrednosti preduzeća". Rad ima 17 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

SEMINARSKI RAD

Predmet: FINANSIJSKI MENADŽMENT

PROCENA VREDNOSTI PREDUZEĆA

Beograd, april, 2010

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1.KONCEPT VREDNOSTI PREDUZEĆA.....	4
2.MAKSIMIZIRANJE VREDNOSTI PREDUZEĆA.....	5
3.RAZLIČITI PRISTUPI U PROCENI VREDNOSTI PREDUZEĆA.....	6
4.METOD DISKONTOVANOG NOVČANOG TOKA.....	6
4.1.Pristupi proceni vrednosti preduzeća metodom diskontovanog novčanog toka..	8
4.1.1.Model procene vrednosti preduzeća.....	9
4.1.2.Model prilagođene sadašnje vrednosti.....	10
4.1.3.Model procene vrednosti kapitala.....	10
5.OSTALI METODI PROCENE VREDNOSTI PREDUZEĆA.....	11
6.METODI ZASNOVANI NA VREDNOSTI AKTIVE.....	11
6.1.Knjigovodstvena vrednost preduzeća.....	11
6.2.Likvidaciona vrednost.....	12
6.3.Troškovi zamene.....	13
7.TRŽIŠNO ORJENTISANE METODE ZA PROCENU VREDNOSTI PREDUZEĆA.....	13
7.1.Uporedive kompanije.....	14

7.2.Uporedive transakcije.....	15
ZAKLJUČAK.....	16
LITERATURA.....	17

UVOD

Pojave globalizacije, naglog razvoja informacionih tehnologija, promena u zahtevima i željama potrošača, nove uloge države u regulisanju ekonomske aktivnosti i slično značajno su izmenile ambijent u kome se odvija svakodnevno poslovanje. Sve ove promene su stvorile veliki izazov za menadžment. Privredni procesi koji se dešavaju danas stvaraju nove mogućnosti, ali istovremeno i opasnosti za svako preduzeće. Uspeh preduzeća zavisi od sposobnosti menadžmenta da prepozna mogućnosti i opasnosti i da na vreme reaguje na promene. Finansije preduzeća i njegova korporativna strategija nisu nikada bile u čvršćoj vezi.

Primarni zadatak top menadžmenta u turbulentnom okruženju kao što je današnje jeste stvaranje vrednosti i upravljanje vrednošću preduzeća. Koncept vrednosti preduzeća se široko koristi prilikom procene vrednosti alternativnih korporativnih strategija i programa u okviru tih strategija. Takođe, utvrđivanje vrednosti je veoma bitno prilikom razmatranja oportuniteti različitih transakcija kao što su spajanja i pripajanja preduzeća, odvajanje delova preduzeća, dokapitalizacije, kupovina akcija, itd. Za menadžment preduzeća je takođe bitno da zna u kojoj meri svaka od poslovnih aktivnosti doprinosi stvaranju ukupne vrednosti preduzeća, kako bi mogao da što efikasnije upravlja svakodnevnim poslovanjem.

1.KONCEPT VREDNOSTI PREDUZEĆA

Vrednost preduzeća je monetarno izražena tržišna vrednost interesa svih njegovih vlasnika. U slučaju kompanija čijim se akcijama trguje na berzi, vrednost se može relativno jednostavno izračunati množenjem cene sa brojem akcija kojima se trguje . U slučaju kompanije koja se ne kotira na berzi, relativno je teže proceniti njenu vrednost, jer treba zapravo utvrditi po kojoj bi ceni vlasnici udela prodali iste na tržištu.

U savremenom poslovanju nemoguće je donositi dobre upravljačke odluke bez kompletne informacije, a jedino vrednosno orijentisani menadžment koristi kompletne informacije. Postoji čitav niz pokazatelja performansi poslovanja preduzeća, ali nijedan nije tako sveobuhvatan kao vrednost. Prema nekim mišljenjima, maksimiranje vrednosti za akcionare je najbolji pokazatelj za određivanje ciljeva i merenje performansi, što su potvrdila i empirijska istraživanja zaključujući da uvećavanje vrednosti za akcionare ne ugrožava na dugi rok interese ostalih stakeholder-a.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com