|  |  |
| --- | --- |
| **К Г Э У** | МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  **Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  (ФГБОУ ВО «КГЭУ») |

Кафедра: «Экономики и организации производства»

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

по дисциплине: «Оценка стоимости компании ТЭК»

на тему: «Подготовка информации, необходимой для оценки»

|  |
| --- |
| Выполнила: студент |
| Гр. 3ЭКБу-1-18 |
| Нигматуллина Р.И. |
| Проверила: Юдина Н.А. |

Казань, 2021 г.

Содержание

Введение………………………………………………………………………...…3

1. Информационная база оценки, ее состав и структура…………………….......4

2. Внешняя и внутренняя информация…………………………………………...8

3. Информационная инфраструктура оценки……………………………..……10

Заключение………………………………………………………………...……..14

Библиографический список……………………………………………..………15

Практическая часть………………………………………………………………16

Введение

Затраты и доходы, влияющие на бизнес-решения — это всегда ожидаемая величина. Однако будущее неопределенно, и ход событий часто идет вразрез с ожиданиями. Из-за многочисленных взаимосвязей, характерных для нашей экономики, за ошибочные бизнес-решения зачастую приходится платить не только тем, кто их принимал, но гораздо большему количеству людей. Одним из путей предотвращения неправильных бизнес-решений является использование качественной информационной базы.

Изучив данную главу, Вы получите шанс овладеть этим путем. Вы узнаете, каким требованиям должны отвечать, оценивая бизнес-информацию, как она собирается и обрабатывается и используется в оценочной практике, какими информационными источниками пользуются современные оценщики и какие сервисные службы помогают им сформировать сервисные службы качественной информационной базы.

1. Информационная база оценки, ее состав и структура.

Залог успешной оценки бизнеса — качественная информационная база. Информация необходимая для оценки собирается из различных источников. При этом важно, чтобы она отражала состояние внешней (макроэкономической и микроэкономической) и внутренней среды бизнеса в различные периоды времени.

Характеристики оцениваемого бизнеса на дату оценки являются результатом предыдущего развития, предпосылкой будущего развития и одновременно зависят от положения дел в экономике страны, в отрасли и регионе.

Поскольку стоимость бизнеса является результатом воздействия многочисленных взаимосвязанных факторов, постольку и информация необходимая для ее оценки представляет собой систему взаимосвязанных информационных блоков, среди которых выделяются финансовые результаты деятельности предприятия.

Оценочная информация классифицируется по различным критериям. В зависимости от характеризуемых условий выделяются внешняя и внутренняя информация. Внешняя информация характеризует условия функционирования предприятия в регионе, отрасли, в стране, на внешнем и внутреннем рынках. Внутренняя информация описывает само предприятие, дает отчет о его деятельности, организационной структуре, финансовых результатах.

В зависимости от размещения источника выделяется аутсайдерская и инсайдерская информация. Аутсайдерская информация является публичной, доступной широкой публике, открытой, т.к. Она печатается в средствах массовой информации или в сети интернет. Источник аутсайдерской информации расположен в не фирмы. Инсайдерская информация, напротив, нигде не публикуется либо содержится во внутренних изданиях, о которых посторонние предприятию люди даже не подозревают, к инсайдерской относится также и конфиденциальная информация. Источник такой информации расположен внутри фирмы.

В зависимости от параметров бизнеса и показателей. Характеризующих его состояние, информацию можно подразделить на обычную и специфическую. Общая информация включает в себя стандартные показатели, характеризующие деятельность любого предприятия, без учета его специфики. Специфическая или особенная информация, напротив, отражает особенности оцениваемого бизнеса, обусловленные его отраслевой принадлежностью, месторасположением и т.п.

В зависимости от характеризуемых аспектов бизнеса информация подразделяется на финансовую, правовую, управленческую, технико-технологическую, хозяйственно-экономическую. И наконец, учитывая, что в любом предприятии заключено органическое единство имущественного комплекса и бизнеса, следует различать информацию относящуюся к имуществу предприятия и информацию содержащую характеристики предприятия как бизнеса.

В зависимости от доступности информация подразделяется на публичную и конфиденциальную. Все перечисленные информационные блоки должны быть взаимосвязаны в пространстве и во времени и соответствовать определенным требованиям, предъявляемым к оценочной информации.

Основными требованиями являются:

1) достоверность;

2) точность;

3) комплексность;

4) полнота.

При этом анализируемая оценщиком информационная база должна содержать все необходимые сведения и быть достаточной для обоснованного заключения о стоимости предприятия.

Cистематизация собранных данных осуществляется либо хронологическим методом, либо журналистским, либо логическим, либо, что наиболее часто — комплексным, сочетающим все три метода. Суть хронологического метода заключается в сборе, расположении и последующем анализе информации от прошлого к будущему, при журналистском методе — от более важного к менее значимому, при логическом — от общего к частному или от частного к общему.

Любой бизнес подчиняется законам и подзаконным правовым актам страны-резидента, ряд которых являются общими для всех предприятий — юридических лиц, а часть которых относятся только к предприятиям определенных отраслей и сфер деятельности. Это прежде всего относится к лицензируемым сферам деятельности, особое внимание здесь следует обратить на предприятия связанные с добычей и переработкой полезных ископаемых.

Правовое поле предприятия (бизнеса) обязательно должно быть учтено при формировании информационной системы оценки, т.к. Эта специфика серьезно влияет на процедуру и результат рыночной оценки. Не менее важной для стоимостной оценки является аутсайдерская, публичная информация, причем особое внимание следует обратить на местные печатные издания, в которых можно обнаружить информацию о спорах и судебных разбирательствах касающихся прав собственности на тот или иной объект оценки, о скрытом обременении объекта или сомнительных сделках, которую владельцы предприятия предпочли бы скрыть, но которая существенно повлияет на величину стоимости бизнеса.

Кроме этого, в публичных источниках (газетах, журналах, интернет-сайтах) можно найти и отчет компании, подготовленный для собрания акционеров, и данные о недавно совершенных сделках с аналогичными объектами, и информацию о состоянии фондового рынка, и рейтинговые обзоры, позволяющие определить место оцениваемого предприятия среди других компаний.

Процедура сбора информации включает в себя следующие этапы:

1. Направление запроса в компанию с просьбой предоставить требуемую для оценки информацию (в запросе целесообразно применять формы, позволяющие в дальнейшем сгруппировать полученную в определенном формате информацию и провести расчеты).

Например, требуется информация для оценки оборудования. В этом случае к запросу прилагается таблица для заполнения, в которой указываются следующие столбцы: наименование, дата приобретения, технические характеристики, текущее использование, процент физического износа).

2. Осуществление контакта с основными подразделениями компании, отвечающими за тот или иной блок данных (Техническая служба, Производственная служба, Маркетинговая служба).

3. Формирование рабочей группы из назначенных ответственных за проведение оценки со стороны компании и специалистами оцениваемой компании.

4. Получение необходимой для проведения оценки информации.

Однако широко доступной публичной информации не всегда бывает достаточно для формирования полного, достоверного представления об оцениваемом бизнесе. Поэтому оценщик должен обладать определенными навыками социолога, психолога, журналиста для проведения интервью, составления опросного листа, грамотного проведения беседы с руководством и рядовыми сотрудниками фирмы, с партнерами и конкурентами. Полученная в результате интервьюирования информация зачастую оказывается весьма полезной. Особое место интервьюирование занимает в информационной базе, созданной для оценки Закрытых Акционерных компаний, малых предприятий, финансово-кредитных институтов. В таких компаниях важно провести всесторонний, детальный опрос собственников-владельцев, менеджеров разного уровня. Это поможет выяснить многие важные факты, относящиеся к оцениваемому предприятию, составить представление о стратегии фирмы, о философии бизнеса, концепции управления.

Часто подобная информация позволяет получить дополнительные сведения об отрасли, о конкурентной среде, в которой действует компания, об отношениях с банками, с поставщиками и партнерами по бизнесу, о компетентности ключевого персонала. Например, побеседовав с финансовым директором, можно узнать, имеются ли на складе вышедшие из употребления или низколиквидные товарно-материальные запасы. Менеджер по продажам может указать на какие-нибудь важные контракты, о которых забыли упомянуть владельцы, или сообщить некоторые детали конкурентного поведения фирмы, которые могут повлиять на оценку. Менеджер по производству может сообщить, что новое оборудование существенно снижает себестоимость продукции. Каждое такое сообщение может в значительной степени повлиять на прогноз оценщика относительно будущих показателей прибыли предприятия и, следовательно, на конечный результат оценки. Однако при проведении опросов оценщик не должен ограничиваться владельцами и менеджерами. Желательно также побеседовать с работниками банка, обслуживающими фирму, например, с менеджером по кредитам, у которого можно получить важную информацию относительно прошлой деятельности компании и который может выдать свой собственный прогноз относительно перспектив его развития. Следует связаться и с бухгалтером, готовящим отчетность и налоговые декларации, а также с недвижимым аудитором, если таковой имеется. Полезны ли будут и контакты с основными конкурентами компании, от которых можно получить ценные сведения о состоянии отрасли, а зачастую и полезную информацию относительно самой компании-заказчика.

Безусловная польза от интервьюирования таит в себе и определенную опасность, а именно возможность «увязнуть» в несуществующих деталях. При проведении реальной оценки приходится просматривать и анализировать большой объем информации, значительная часть которой оказывается, в конце концов, лишней. Определение того, какая информация является существенной, составляет неотъемлемую часть процесса оценки.

Примерный перечень вопросов, по которым можно получить дополнительную информацию из опросов:

· цель и объем работ по оценке;

· история деятельности предприятия;

· правовые формы функционирования предприятия;

· характеристика филиалов и дочерних компаний;

· основные клиенты;

· социальные программы для работников предприятия;

· информация о недвижимости, занимаемой предприятием;

· передача прав собственности и предложения о покупке;

· дополнительные источники информации, из которых можно получить ценные сведения о компании и отрасли, к которой она относится;

· сведения о владельцах компаний;

· информация о ключевом персонале;

· специальные вопросы, вытекающие из анализа, финансовой отчетности;

· обязательства, обусловленные наступлением определенных событий и вытекающие из определенных документов, например, договор аренды, а также непредвиденные расходы;

· предыдущие оценки рыночной стоимости отдельных видов материальных активов, гудвилла и др. Нематериальных активов.

Таким образом, при оценке бизнеса для того, чтобы собрать как можно более полную информацию о компании и отрасли очень важно провести подробный опрос владельцев, ключевого персонала, клиентов, кредиторов, банкиров, поставщиков, поскольку многие факты могут быть получены только от них.

Помимо непосредственно получения информации оценщик должен ее обработать: проверить, внести необходимые корректировки и рассчитать относительные показатели. Кроме этого, зачастую необходимо для получения сопоставимых данных произвести инфляционную корректировку данных, а также нормализовать бухгалтерскую отчетность.

Нормализация отчетности проводится с целью определить доходы и расходы, характерные для нормального действующего бизнеса. Она необходима для того, чтобы оценочные заключения имели объективный характер, основывались на реальных показателях, характеризующих деятельность предприятия. Отчетность, составленная в соответствии с общепринятыми принципами бухгалтерского учета, не отражает реальную рыночную стоимость имущества. Возможность использования разных методов учета операций, списания долгов приводит к неодинаковым значениям прибыли и денежных потоков.

Рыночная стоимость части активов, таких как финансовые вложения или нематериальные активы, может не учитываться при составлении баланса.

Нормализующие проводки в процессе коррекции финансовой отчетности проводятся по следующим направлениям:

· корректировка разовых, нетипичных и неоперационных доходов и расходов;

· корректировка метода учета операций, как, например, учета запасов или создания резервов, или метода начисления амортизации;

· корректировка данных бухгалтерской отчетности с целью определения рыночной стоимости активов.

1. Внешняя и внутренняя информация

Внешняя информация, характеризует условия функционирования предприятия в регионе, отрасли и экономике в целом. Можно выделить следующие виды внешней информации.

1. Макроэкономическая и геополитическая информация.Хотя информация этого вида редко напрямую воздействует на компании, она может сыграть решающую роль при разработке долгосрочной стратегии. Например, информация о разработках в Китае помогла компаниям решить, выходить на китайский рынок или нет; примечателен тот факт, что первые иностранные компании, которые вышли на китайский рынок, обладали лучшими и наиболее достоверными источниками информации о политических и экономических переменах в Китае.

Кроме того, как это будет описано ниже, в отдельных случаях макроэкономическая и геополитическая информация может сыграть решающую роль при оценке предприятий некоторых отраслей промышленности, а именно: предприятий, относящихся к так называемым «естественным монополиям», стратегически значимых предприятий и т.д.

К основным моментам, характеризующим макроэкономическую и геополитическую информацию, относят:

· уровень инфляции;

· темпы экономического развития страны;

· изменение процентных ставок;

· колебания курсов валют;

· уровень политической стабильности;

· стратегические программы правительства и многое другое.

2. Рыночная информация. Это огромная и сложная область, и рыночная информация сейчас по праву является основным товаром для фирм, начиная от рекламных агентств и заканчивая банками (а также для специализированных компаний, занимающихся рыночными исследованиями), конкурирующих за право предоставить информацию.

Рыночная информация может быть очень разной — от конкретной (как, например, анализ структуры магазинов в узком сегменте розничного рынка) до самой общей (как анализ тенденций на мировом рынке какого-нибудь товара). От рыночной информации зависят разработки компаниями новых продуктов, маркетинговое планирование, планирование коммуникаций и рекламы, решения об экспорте, а также общие стратегические решения. Природа рыночной информации меняется в зависимости от цели и от того, какой компании предназначена эта информация; категории, по которым обычно ищется информация, включают размер и рост рынка, покупательную способность, привычки, спрос и поведение потребителей, рыночную долю и информацию о конкурентах.

3. Информация о конкурентах. Ее иногда рассматривают как часть рыночной информации, но она по праву заслуживает отдельного рассмотрения, поскольку может влиять на принятие стратегических решений, даже если рыночные условия не учитываются непосредственно. Компании могут, например, заинтересоваться, где конкуренты находят источники сырья и специалистов, для того чтобы участвовать в конкурентной борьбе за эти источники или сохранить уже имеющиеся. Известно, что точную информацию о конкурентах получить трудно, и эта область удостоилась пристального внимания благодаря таким неэтичным действиям некоторых компаний, как промышленный шпионаж.

4. Информация о поставщиках. Эту информацию часто упускают из виду, но она играет не последнюю роль и при разработке новых продуктов, и при расчете практических результатов. Информация о поставщиках обычно концентрируется на таких аспектах, как издержки, надежность, качество и время доставки. Информация о поставщиках прямо влияет на наши знания о прибыльности компании, а следовательно, о ее перспективах на рынке и цене.

5. Внешняя финансовая информация. Компаниям, особенно крупным со сложной структурой инвестиций и (или) со сложной финансовой структурой, требуется разнообразная информация по таким вопросам, как, например, динамика курсов акций, движение на рынке капитала и т. д. В последние годы на этих рынках наблюдаются тенденции к переходу в виртуальное пространство и предоставлению информации в режиме реального времени.

6. Информация о регулировании и налогообложении. Компаниям нужна информация об условиях регулирования не только для соблюдения правовых норм, но и для определения необходимых затрат. Оценка условий регулирования тоже нужная задача, предшествующая принятию любого решения о выходе на рынок. Информация о налоговых системах важна не только для соблюдения правовых норм, но и для определения эффективного с точки зрения налоговых выплат способа ведения операций. Например, могут быть какие-то налоговые стимулы к размещению производства в одном регионе, а не в другом, где планируется введение более высоких налогов. Наиболее существенными моментами являются:

· степень государственного регулирования отрасли;

· налогообложение на федеральном, региональном и местных уровнях;

· система льгот и льготных налоговых режимов, а также государственных преференций.

1. Информационная инфраструктура оценки

Сбор, проверка и обработка информации являются одним из самых важных этапов в процессе оценки бизнеса. Эксперту-оценщику требуется полноценная бизнес-информация, адекватно отражающая положение дел в различных областях и временных периодах.

Сегодня существует множество видов и источников бизнес-информаций. Вместе с тем «источник источнику — рознь». Одна информация собирается при непосредственном участии аналитика в процессе исследования или берется из отчетов об исследованиях (первичная), другая была собрана кем-то другим, и ее предстоит проанализировать (вторичная). Отсюда вытекает проблема общедоступности информации.

Любая информация умозрительна, она базируется на явлениях, интерпретируемых передающим устройством. Иногда такая интерпретация может искажать значение лежащих в основе данных, например, пристрастность средств массовой информации при сообщении новостей. Основная цель сбора оценочной бизнес-информации заключается в том, чтобы на ее основе как можно точнее, с минимальным уровнем неопределенности, сформировать объективное представление об окружающей фирму среде и принять оценочное решение. Соответственно при получении информации акцент должен быть сделан на сборе реальных экономических детерминистических и безусловных факторов. Однако это может привести к сокращению числа альтернатив, а следовательно, и потенциала за счет исключения из рассмотрения всей информации, не отвечающей требованию строгой «релевантности». Таким образом, возникает проблема сочетания релевантности и широты информационного поля.

Другая проблема, возникающая при работе с бизнес-информацией, заключается в том, что значительная часть финансовых и статистических информационных массивов не адекватно отражающих реальное положение вещей. Следующая проблема связана с временным ограничением поступающей информации. Бизнес-информация в основном описывает то, что произошло в недавнем и не очень далеком прошлом, даже новости, отражающие «настоящее», относятся к самому недавнему прошлому. Полезность официальной статистики ни особенно уменьшается из-за временного лага между описываемыми событиями и публикацией информации.

Указанную проблему призвана решить информационная инфраструктура оценки, являющаяся составной частью целостной инфраструктуры оценки и находящаяся в России на стадии становления. Основная задача оценочной инфраструктуры заключается в предоставлении оценщикам информации как о внутренней среде фирмы, связанной с ее работой, так и о внешней, в которой функционирует фирма, а также информации относящейся к вопросам регулирования развития оценочной деятельности.

Информационная инфраструктура представляет собой совокупность организаций, служб, которые используя адекватные методы сбора, обработки, хранения информации, современные программные продукты, обеспечивают пользователей-оценщиков необходимой им информацией, отвечающей определенным характеристикам и желаемым качествам.

В частности, информация должна быть уместной, доступной для понимания, своевременной, надежной и постоянной.

Уместность: это означает, что информация должна относиться к принимаемому решению. Уместность в конечном счете определяется пользователем и решением, которое он принимает. Информация считается уместной, когда она влияет на экономические решения пользователей, помогая им оценивать события прошлого, настоящего или будущего.

Понятность: если финансовые отчеты не понятны пользователям, то они имеют небольшое практическое значение.

Своевременность: чтобы быть полезными, отчеты должны содержать свежую информацию и публиковаться в достаточно короткие сроки после окончания периода, к которому они относятся, на том основании, что свежая информация имеет для пользователя большую ценность, чем устаревшие данные.

Надежность и постоянство: эта характеристика также может быть названа «точностью». Если информация ненадежна, то неизбежным результатом этого будут ошибочные и неточные решения. Информация надежна, если она обладает следующими характеристиками: $ Достоверность: информация должна правдиво отражать результат операций, которые она имеет целью представить. Чтобы быть надежной, информация должна иметь обоснованное описание и быть безошибочной. В способе представления или раскрытия информации не может быть отклонений, в противном случае она передаст сообщение, которое не отражает действительные операции и события.

· Содержание: содержание операций не всегда соответствует тому, что вытекает из их юридической формы. Хорошим примером этого является аренда актива на протяжении длительного периода времени. Юридически не владея активом, арендатор (пользователь актива) записывал бы его в баланс как основной актив, потому что он пользуется активом и всеми будущими экономическими выгодами, заложенными в нем и его использовании. Арендатор будет показывать в своих счетах сумму задолженности арендодателю.

· Полнота: информация должна быть полной, в разумных пределах. Некоторые несущественные статьи могут быть исключены, так как они не влияют на решения. Однако некоторые пропуски могут превратить информацию в неверную или вводящую в заблуждение и, следовательно, ненадежную и неуместную.

Постоянство формирования: эта характеристика имеет два измерения:

· сопоставимость показателей компании во времени;

· сопоставимость отчетов между компаниями.

Если отчеты не составляются на постоянной основе, то осмысленное сравнение показателей за различные периоды времени и показателей разных компаний по существу невозможно. Публикация Стандартов бухгалтерского учета, которые компании должны соблюдать, помогает в этом, особенно когда происходит изменение в методах учета. В этом случае компания показывает свои результаты с помощью старого и нового методов. Качество информации зависит от качества информационной системы и профессионализма людей, отвечающих за входные данные.

Заключение

Оценка стоимости любого объекта собственности представляет собой упорядоченный, целенаправленный процесс определения в денежном выражении стоимости объекта с учетом потенциального и реального дохода, приносимого им в определенный момент времени в условиях конкретного рынка.

Особенностью процесса оценки стоимости является ее рыночный характер. Это означает, что оценка не ограничивается учетом лишь одних затрат на создание или приобретение оцениваемого объекта. Она обязательно учитывает совокупность рыночных факторов: фактор времени, фактор риска, рыночную конъюнктуру, уровень и модель конкуренции, экономические особенности оцениваемого объекта, его рыночное реноме, а также макро- и микроэкономическую среду обитания.

Оценка предприятия означает определение в денежном выражении стоимости, которая может быть наиболее вероятной продажной ценой и должна отражать оба свойства предприятия как товара, т.е. и его полезность, и затраты, необходимые для этой полезности.

Список использованной литературы.

1.Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятия: теория и практика. М., 1997.

2.Грязнова А.Г. Оценка бизнеса – М.: Финансы и статистика, 2003.

3.Десмонд М. Гленн, Келли Э. Ричард. Руководство по оценке бизнеса. М., 1996.

4.Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. "Оценка бизнеса. - СПб.: Питер, 2003.

5.Карпова Н.Н., Агзальдов Г.Г. Практика оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности. М., 2000.

6.Основы оценочной деятельности / Под ред. И.В.Косоруковой. М., 2003.

7.Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Учебное пособие/ под ред. Н.А. Абдуллаева, Н.А. Колайко. – М.: Экмос, 2000.

8.Стратегии бизнеса. Под общ. ред. Г.Б. Клейнера. М., 1998.

9.Управление портфелем недвижимости: Учебное пособие для вузов / под ред. проф. С.Г.

10.Хорошев Д.Т., Василевская О.Д. Анализ и оценка бизнеса. // Российский оценщик. №1, 1997.

11.Шеннон П. Пратт. Оценка бизнеса (анализ и оценка закрытых компаний). М., 2001.

Практическая часть.

Задание 11. Требуемая инвестором ставка дохода составляет 38% в номинальном выражении. Индекс цен в текущем году составил 18%. Рассчитайте реальную ставку дохода.

Решение

Для перевода номинальной ставки дохода в реальную используется формула Фишера:

Rреал. = (1+n)/(1+i) – 1

Rреал. = реальная безрисковая процентная ставка

n – номинальная безрисковая процентная ставка;

r – реальная процентная ставка;

i – ожидаемая норма (темп) инфляции.

Rреал. = (1+0,38)/(1+0,18) – 1 = 0,170 или 17,0%

Ответ: реальная ставка дохода равна 17,0%