|  |  |
| --- | --- |
| **КГЭУ** | МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  **Федеральное государственное бюджетное образовательное**  **учреждение высшего образования**  **«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»** |

Контрольная работа по дисциплине

«Оценка бизнеса»

на тему «Подготовка информации, необходимой для оценки бизнеса»

Выполнил(а): Иванова (Набиуллина) А.И.

Группа ЗЭКПт-1-17

Проверил(а): Юдина Н.А.

Казань, 2020

**Содержание**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение | 3 |
| 1. | Информационная база оценки, ее состав и структура | 4 |
| 2. | Внешняя и внутренняя информация | 9 |
| 3. | Общая и специфическая информация | 17 |
|  | Заключение | 26 |
|  | Список использованной литературы | 28 |
|  | Задача | 29 |

**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 тему я получила шанс овладеть этим путем. Так же узнала 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 деятелв

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:

1. цель и объем работ по оценке;
2. история деятельности предприятия;
3. правовые формы функционирования предприятия;
4. характеристика филиалов и дочерних компаний;
5. месторасположение предприятия и его подразделений;
6. права владения бизнесом;
7. ассортимент продукции и услуг предприятия;
8. отраслевая классификация;
9. кредиторы;
10. основные клиенты;
11. социальные программы для работников предприятия;
12. информация о недвижимости, занимаемой предприятием;
13. физическое состояние производственных мощностей, оборудования и т.п.;
14. предыдущие оценки, исследования и прогнозы, выполняемые самой компанией или по ее заказу;
15. передача прав собственности и предложения о покупке;
16. дополнительные источники информации, из которых можно получить ценные сведения о компании и отрасли, к которой она относится;
17. сведения о владельцах компаний;
18. информация о ключевом персонале;
19. специальные вопросы, вытекающие из анализа, финансовой отчетности;
20. обязательства, обусловленные наступлением определенных событий и вытекающие из определенных документов, например, договор аренды, а также непредвиденные расходы;

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:

1. корректировка разовых, нетипичных и неоперационных доходов и расходов;
2. корректировка метода учета операций, как, например, учета запасов или создания резервов, или метода начисления амортизации;
3. корректировка данных бухгалтерской отчетности с целью определения рыночной стоимости активов.
4. **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:

1. уровень инфляции;
2. темпы экономического развития страны;
3. изменение процентных ставок;
4. колебания курсов валют;
5. уровень политической стабильности;
6. 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:

1. степень государственного регулирования отрасли;
2. налогообложение на федеральном, региональном и местных уровнях;
3. система льгот и льготных налоговых режимов, а также государственных преференций.

Внешняя информация

Внешними источниками информации могут являться следующие нормативные и справочные материалы:

1. информация о ценах на товарных и сырьевых биржах, по котировкам акций компаний публикуемая в сети Интернет;
2. аналитические обзоры и статистические материалы, публикуемые Государственным комитетом по статистике РФ, Министерством финансов РФ, Московской межбанковской валютной биржей, фондовыми организациями (в том числе Российской торговой системой), российскими и зарубежными информационными агентствами (в том числе агентствами АК&М, «Финмаркет», «Росбизнесконсалтинг») в сети Интернет;
3. специализированные отраслевые журналы;
4. прайс-листы агентств недвижимости города, в котором находится оцениваемая компания;
5. справочные бюллетени «Оптовик», «Промышленный оптовик», «Капитал», приложение к «Строительной газете», «Индекс цен в строительстве», компьютерные базы данных;
6. распоряжения государственных управлений «Центров по ценообразованию в строительстве» области, в которой находится оцениваемая компания об утверждении индексов удорожания сметной стоимости строительства.

В период сбора информации лицами, осуществляющими оценку проводится инспекция оцениваемого объекта. В процессе инспекции осматриваются конструктивные элементы зданий, инженерные коммуникации, технологические линии. Изучаются представленные технические документы, акты обследования, бухгалтерская информация. Проводятся беседы с руководителями отделов, начальниками служб, ответственными работниками.

Внутренняя информация

1. Информация о производстве. Это пример полностью внутреннего по отношению к фирме вида информации. Оценщик анализирует данные о наличии производственных мощностей, сопоставляя их с данными о спросе на продукцию компании, капиталовложениями предприятия.

2. Информация о трудовых ресурсах. Информация о трудовых ресурсах обычно сфокусирована на таких моментах, как обучение персонала и уровень квалификации, моральное состояние персонала и расходы на обеспечение кадрами. Кроме того, важна информация об управляющем предприятием, поскольку тот зачастую может являться ключевой фигурой, обеспечивающей эффективность, прибыльность и перспективы развития производства.

3. Ретроспективные данные об истории компании и описание стратегии предприятия. В том числе описывается процесс производства продукции по каждому виду продукции, объемы продаж за прошлый период.

4. Внутренняя финансовая информация. Эта категория информации описывает то, что обычно называют «показателями». Она включает основную информацию из бухгалтерской отчетности о прибыли и издержках, об имуществе и обязательствах, а также большой спектр финансовых показателей, таких как коэффициент Р/Е (отношение рыночной цены акции к доходу по ней), отношение заработной платы к валовой выручке, показатели производительности и т. д. Такая информация обычно дает исходную картину финансового благополучия и рентабельности компании.

Основными финансовыми показателями являются:

1. Ликвидности:

* коэффициент текущей ликвидности;
* коэффициент срочной ликвидности.

1. Финансовой зависимости/доли заемных средств:

* долгосрочная задолженность/собственный капитал;
* долгосрочная задолженность в % к используемому капиталу.

1. Прибыльности:

* прибыль на средства акционеров (ROSР);
* прибыль на используемый капитал (RОСЕ);
* прибыль на суммарные активы (RОТА);
* операционная прибыль от продаж;
* валовая прибыль (от продаж);
* суммарные операционные расходы на продажи.

1. А также:

* оборачиваемость основных средств;
* оборачиваемость запаса;
* период погашения дебиторской задолженности;
* период погашения кредиторской задолженности.

5. Наиболее значимой Внутренней информацией, способной существенно повлиять на результаты полученной оценки, являются следующие моменты:

* наличие Свидетельств о праве собственности на объекты недвижимости (в случае отсутствия, инвестиционная привлекательность объектов снижается);
* обременение активов (наличие договоров залога, аренды и т.п.).

Источники внутренней информации могут быть:

1. публичными, доступными для любого исследователя;
2. частными, составляющими собственность определенной компании или института (но с возможностью доступа к ним за плату);
3. подписными, представляющими собой гибрид публичных и частных источников, когда информация находится в чьей-то собственности, но постоянно обновляется и становится доступной для определенного ограниченного круга подписчиков.

При поиске источников информации особое внимание нужно уделять таким вопросам, как стоимость и конкретность получаемой информации, надежность и гарантии достоверности информации. К сожалению, имеется прямая зависимость (причем обычно очень тесная) между степенью конкретности информации и стоимостью ее получения. Необходима оценка надежности информации (с заданием допустимой погрешности); она должна включать источник, срок, в течение которого информация остается актуальной, и ее анализ. Репутация источника — это одно, а использование доказательств, подтверждающих ее, — совсем другое.

Приведем несколько наиболее распространенных источников бизнес ­информации:

·        правительственные учреждения;

·        библиотеки;

·        торговые ассоциации, союзы, общественные объединения субъектов рынка;

·        компании, занимающиеся частными исследованиями и информацией;

·        газеты и журналы, включая отраслевые информационные издания;

·        службы бизнес ­информации;

·        базы данных в режиме онлайн.

Некоторые источники стоит прокомментировать. Правительственные учреждения, как государственные, так и надгосударственные, могут служить хорошим источником необработанных данных, особенно рыночных и макроэкономических, а также информации, касающейся регулирования. Однако часто эти данные нужно интерпретировать или анализировать. В том, что касается экспортных рынков, торговые ассоциации зачастую являются более полезным источником.

Число компаний, занимающихся частными исследованиями и информацией, за последние годы выросло в несколько раз; они специализируются на сборе информации о рынках и конкурентах. Сюда же относятся специализированные агентства.

Газеты и журналы представляют собой источник бесплатной (обычно), но не фильтрованной информации по широкому кругу вопросов. Службы бизнес ­информации чаще всего предоставляют услуги по поиску специальной и детализированной информации на основе подписки или продажи. Обычно это коммерческие организации, но такие услуги предоставляют и академические учреждения. На западе примером коммерческих организаций могут быть служба кредитной информации Dun & Вгаdstreet или компания А.С. Nielsen, занимающаяся исследованиями рынка. В качестве примера академических учреждений можно привести Centre for Economic Forecasting при London Business School, предоставляющий макроэкономические анализы и прогнозы, и Small Business Foresight, предлагающий услуги по анализу и прогнозированию для держателей акций мелких компаний. В России можно привести в качестве примера агентство АКМ и институт экономики переходного периода соответственно.

В последние годы большое значение приобрела информационная сеть Интернет. Всегда имеется большой спрос на специфическую информацию по секторам и регионам, и он продолжает расти. Группа определенных интересов, блоки новостей и доски объявлений в Интернет позволяют выделить «пучки» узкоспециализированной информации и таким образом увеличить полезность доступной информации.

Информационные технологии увеличили возможность доступа к первичным источникам информации внутри компании. Менеджерские информационные системы (MIS) и администраторские информационные системы (FIS) собирают информацию из таких источников, как отчеты о продажах, производственные отчеты, а также у них имеется информация о рынках, финансах и производстве.

1. **Общая и специфическая информация**

Давайте разберем необходимость специфической информации и ее взаимосвязь с общей информационной базой оценки на примере российских предприятий электроэнергетики.

Внешняя информация

Как было отмечено выше, внешняя информация характеризует условия функционирования предприятия в регионе, отрасли и экономике в целом.

Для предприятий электроэнергетической отрасли характерны следующие моменты:

1. Макроэкономическая и геополитическая информация.

В данном случае можно говорить о чуть ли не решающем значении этого вида информации. При подготовке этого вида информации для компаний электроэнергетической отрасли следует обратить внимание на следующие моменты:

·        Уровень инфляции.

Смета затрат на производство электрической и тепловой энергии утверждается для энергоснабжающей организации исходя из планируемого роста цен, а также исходя из достигнутых исторических показателей. Превышение реальных значений инфляции прогнозных показателей, утвержденных региональной энергетической комиссией, может критически отразиться на финансовых результатах компании.

·        Темпы экономического развития страны.

Эта информация в какой-то степени коррелируется с информацией об уровне и темпах развития региона, в котором действует информация, но не дублирует ее, а дополняет, так как развитие отдельного региона прямо зависит от состояния экономики страны.

·        Изменение процентных ставок.

Многие показатели, влияющие на расчет тарифов, а следовательно, на прибыльность компании, зависят от уровня процентных ставок по кредитам банков, а также от размера ставки рефинансирования Центрального банка.

·        Колебания курсов валют.

Несмотря на то, что практически все продажи и большую часть закупок энергокомпании осуществляют в рублях, существенная часть затрат рассчитывается исходя из цен, выраженных в условных единицах или долларах. Это касается закупок импортного энергетического оборудования, уплаты процентов по валютным кредитам. Кроме того, компания может продавать электроэнергию на экспорт.

·        Уровень политической стабильности.

Один из наиболее существенных моментов. Электроэнергетика является стратегической отраслью, с высокой степенью социальной значимости и, в силу этих факторов, подвержена влиянию действия политической конъюнктуры. Судьба предприятий, их возможное существование в качестве самостоятельных субъектов рынка зависят от многих факторов, в том числе от:

\*        политической ориентации руководства как на федеральном, так и на региональном и местных уровнях власти;

\*        отношения основных политических сил, действующих в регионе, к проводимым реформам, и в том числе к реформе электроэнергетики.

·        Стратегические программы правительства.

Одна из наиболее важных частей этого блока. Учитывая значимость энергетической отрасли для экономики и достижения прогнозируемых параметров социально-экономического развития, государство вырабатывает научно обоснованную и общественно воспринятую долгосрочную энергетическую политику, описываемую в Энергетической Стратегии Российской Федерации. В Стратегии особое внимание уделяется инструментам и механизмам реализации энергетической политики, включающим методы государственного регулирования, ценовую и налоговую политику, совершенствование нормативно-правовой базы и т.д. Отдельными блоками рассматривается региональная энергетическая политика, научно-техническая и экологическая политика, международная деятельность и внешняя политика в области развития энергетики России.

На основании прогнозируемых макроэкономических параметров социально-экономического развития страны в Энергетической стратегии России вариантно определяются основные требования национального хозяйства, предъявляемые к энергетическому сектору, в том числе объемы и структура энергопотребления, экономически целесообразные уровни экспорта, а также необходимые для этого масштабы и темпы развития топливно-энергетического комплекса и его отраслей. В Стратегии сформулированы цели, приоритеты и этапность реализации основных задач по развитию ТЭК страны.

2. Рыночная информация.

Для предприятия электроэнергетики огромное значение имеет рынок, на котором компания действует. Ввиду того, что зона действия электроэнергетических компаний совпадает с административно-территориальным делением России, уместно говорить об исследовании потенциальных возможностей конкретного региона, в котором действует предприятие, а не всего рынка в целом. К числу приоритетных моментов относится следующая информация:

·        уровень развития региона, стадия развития (подъем, спад или стагнация), информация о состоянии региональных и местных финансов, регионального бюджета (значительную часть потребителей составляют бюджетные организации);

·        специализация промышленности региона, наличие энергоемких производств в регионе. (К числу энергоемких производств относятся производство ферросплавов, алюминия, магния, меди, синтетического аммиака, синтетических волокон, каучука и т.д.);

·        покупательная способность населения региона, средняя заработная плата (эта информация указывает на возможность населения своевременно и в полном объеме расплачиваться по розничным тарифам на электрическую и тепловую энергию);

·        данные о развитии в регионе альтернативных источников информации;

·        структура потребления электрической и тепловой энергии в регионе;

·        климатические условия, среднегодовые температуры в регионе.

3. Информация о конкурентах.

В случае с компаниями электроэнергетической отрасли сложно говорить о приоритетности информации о конкурентах, так как само название компаний этой отрасли — «естественная монополия» — говорит о практическом отсутствии конкурентов у предприятий этого вида. Все сделки, связанные с продажей электроэнергии за пределы обслуживаемого компанией региона, то есть связанные с приобретением и продажей электроэнергии через общенациональную энергетическую систему, осуществляются через Центральное Диспетчерское Управление (дочернее предприятие РАО ЕЭС) по установленным тарифам на оптовые поставки и не зависят от рыночной стратегии предприятия.

4. Информация о поставщиках.

Ввиду упомянутых выше особенностей предприятий электро­энергетической отрасли, особое значение приобретает информация о поставщиках компании и, прежде всего — о поставщиках топлива. Следует раскрыть следующие моменты:

·        количество поставщиков компании;

·        размещение основных месторождений топлива, близость станций компании к месторождениям угля и/или другого вида топлива;

·        отношение с поставщиками (зачастую в структуре собственников угольных компаний и региональных энергосистем значатся аффилированные лица, или же собственники поставщиков топлива и владельцы энергокомпаний являются прямыми конкурентами);

·        конъюнктура цен на топливо;

·        конъюнктура цен на электроэнергию, отпускаемую с Федерального оптового рынка электроэнергии (в том случае, если компания является энергодефицитной);

·        информация о влиянии, количестве профсоюзных организаций и проценте вовлеченных сотрудников (величина расходов на оплату труда определяется согласно условиям тарифного соглашения, заключаемого между компанией и отраслевым или региональным профсоюзом).

5. Внешняя финансовая информация.

В связи с идущими в отрасли реформами, а также по причине сложной структуры инвестиций и потребления, в этом разделе следует выделить основные моменты:

·        финансовое состояние основных промышленных потребителей электроэнергии в регионе;

·        доступность заемных средств в регионе;

·        динамика на курсы акций аналогичных энергокомпаний.

6. Информация о регулировании и налогообложении.

Информация о государственном регулировании является ключевой в отношении электроэнергетики. Оценщику необходимо ознакомиться с условиями функционирования энергоснабжающих организаций, с основными законодательными, ведомственными и иными правовыми актами, определяющими способы формирования себестоимости и цены продукции, производимой компаниями электроэнергетики. Стоит остановиться на следующих существенных моментах:

Внутренняя информация

1. Информация о производстве.

В этом разделе оценщик должен осветить следующие моменты:

·        объемы производства электрической и тепловой энергии;

·        структуру производства в разрезе видов энергии (электрической и тепловой);

·        структуру производства в разрезе видов электростанций (ГРЭС, ТЭЦ, ГЭС, альтернативные источники энергии);

·        долю предприятия в производстве электроэнергии по Российской Федерации;

·        топливопотребление и структуру используемого в производстве топлива (уголь, мазут, газ, прочие виды топлива);

·        удельные расходы топлива на электрическую и тепловую энергию;

·        применение энергосберегающих технологий;

·        степень износа основных фондов компании.

2. Информация о трудовых ресурсах.

Здесь следует сосредоточиться лишь на общей численности сотрудников и динамике ее изменения, а также на фигуре управляющего предприятием.

3. Ретроспективные данные об истории компании и описание стратегии предприятия.

В этом разделе основное внимание уделяется следующей информации:

·        бизнес-план компании (составленный по единому образцу компаний, входящих в единую энергосистему страны);

·        отчет об исполнении бизнес-плана.

4. Внутренняя финансовая информация.

В этом разделе помимо обязательных для любой компании сведений (финансовой отчетности, включающей в себя бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменении капитала и отчет о движении денежных средств) оценщик должен ознакомиться со специфической отчетностью, предоставляемой только компаниями, производящими тепловую и электрическую энергию. Информация этого блока отчетности неразрывно связана с двумя предыдущими разделами — производственной информацией и историей компании. Описываемая отчетность предоставляется при подаче заявки на утверждение новых тарифов на энергию.

В последнее время подобные заявки составляются ежегодно, однако в условиях гиперинфляции указанные процедуры могут осуществляться и чаще.

Состав этой отчетности формируется согласно постановлениям Правительства и ФЭК, указанным выше, и включает в себя следующие сведения:

·        расчеты, подтверждающие потребность предприятия в финансовых ресурсах в период регулирования;

·        определение типа и объема продукции, поставляемой на рынок (по электрической энергии — энергия и мощность высокого напряжения, среднего напряжения и низкого напряжения, по тепловой энергии — горячая вода и пар различных параметров и давления);

·        общее описание распределения финансовых ресурсов между различными типами продукции, поставляемой на рынок;

·        расчет средней суммы тарифа и тарифов для каждого типа продукции;

·        стандартный набор отчетности состоит из следующих блоков информации, предоставляемых в табличной форме;

·        баланс электрической энергии и мощности энергоснабжающей организации по обслуживаемому региону;

·        расчет полезного отпуска электрической энергии энергоснабжающей организации;

·        потери электрической энергии в сетях энергоснабжающей организации по диапазонам напряжений;

·        расчет коэффициентов потерь электрической энергии в сетях энергоснабжающей организации по диапазонам напряжений (производится исходя из нормативных значений и исторических данных);

·        структура полезного отпуска электрической энергии и мощности по категориям, группам и отдельным потребителям, в том числе по диапазонам напряжений;

·        расчет полезного отпуска тепловой энергии энергоснабжающей организации;

·        структура полезного отпуска тепловой энергии и мощности по группам потребителей;

·        расчет расхода условного топлива по энергоснабжающей организации;

·        расчет расхода условного топлива по электростанциям (котельным) энергоснабжающей организации;

·        расчет затрат энергоснабжающей организации на топливо;

·        расчет потребности и стоимости топлива по электростанциям (котельным) энергоснабжающей организации;

·        расчет затрат энергоснабжающей организации на покупную энергию на технологические цели;

·        смета затрат энергоснабжающей организации на производство энергии;

·        расчет стоимости услуг энергоснабжающей организации по обслуживанию сетей РАО ЕЭС России, переданных в эксплуатацию энергоснабжающей организации и по обслуживанию потребителей, выведенных на ФОРЭМ;

·        расчет абонентской платы за услуги по организации функционирования и развитию Единой энергетической системы России;

·        расчет источников финансирования капитальных вложений;

·        расчет балансовой прибыли, принимаемой при установлении тарифов на электрическую и тепловую энергию;

·        калькуляция себестоимости производства электрической энергии, передачи и распределения ее в сетях энергоснабжающей организации;

·        калькуляция себестоимости производства тепловой энергии, передачи и распределения ее в сетях энергоснабжающей организации;

·        расчет среднего уровня тарифов (по энергоснабжающей организации в целом) на электрическую и тепловую энергию, отпускаемую потребителям (включая потребителей — перепродавцов);

·        сводная таблица тарифов на электрическую энергию и мощность, дифференцированных по категориям потребителей (диапазонам напряжений);

·        сводные экономические показатели по стоимости энергоснабжения по категориям, группам и отдельным потребителям;

·        предлагаемые для утверждения тарифы на электрическую энергию и мощность по категориям, группам и отдельным потребителям;

·        сводная таблица тарифов на тепловую энергию и мощность, дифференцированных по категориям потребителей (по параметрам пара и горячей воды);

·        сравнительный анализ экономических показателей к расчету тарифов на электрическую и тепловую энергию.

**Заключение**

Как было описано выше, подготовка информации включает в себя и процесс нормализации бухгалтерской отчетности. Нормализация обусловлена тем, что многовариантность методов учета операций, списания долгов приводит к неодинаковым значениям прибыли и денежных потоков в каждом конкретном случае. Бухгалтерская отчетность показывает финансовый результат, не исключая нетипичные и неоперационные доходы и расходы.

Объем применяемых корректировок зависит от целей оценки, а все произведенные в ходе нормализации расчеты и изменения показателей бухгалтерской отчетности должны быть объяснены и приведены в отчете об оценке.

Наиболее важным фактором, определяющим величину денежных потоков, генерируемых бизнесом, является себестоимость продукции. В зависимости от того, как проведено калькулирование затрат, величина прибыли может быть занижена или завышена. Поэтому потенциального инвестора в первую очередь интересует динамика выручки от реализации и структура себестоимости, а затем — нормализованная прибыль.

Так как ожидаемая будущая прибыль играет решающую роль в процессе оценки, то очень важно при ее расчете рассматривать себестоимость продукции (товаров, услуг) как отражение процесса производства и реализации, нивелировав влияние методов бухгалтерского финансового учета и распределения накладных расходов. Для нормализации показателей формы № 2 приложения к бухгалтерскому балансу в оценочной практике применяются разные варианты корректировок, отличающиеся как трудоемкостью, так и степенью точности.

В случае производственных предприятий, самостоятельно реализующих свою продукцию, одним из наиболее точных подходов к нормализации затрат представляется корректировка себестоимости с учетом системы ее калькуляции. К основным принципам данной корректировки можно отнести следующие положения. Однако в случае с предприятиями электроэнергетической отрасли объемы производства и реализации практически точно совпадают, следовательно, прибыль в конечном итоге не зависит от того, какой метод калькуляции себестоимости был использован на предприятии.

При использовании в качестве внутренней информации калькуляций себестоимости по переменным издержкам, на основании которых произведен расчет в рамках коротких отрезков (декад, месяцев), надо помнить, что прибыль зависит только от объема продаж, если структура затрат и продажная цена неизменны, что и наблюдается в нашем случае. Таким образом, производить индексацию размера прибыли представляется нецелесообразным.

Использование калькуляции себестоимости по переменным издержкам позволяет избежать капитализации постоянных накладных расходов в неликвидных запасах. Поэтому при оценке бизнеса в период, когда спрос на продукцию уменьшается, предприятие может накопить излишние неликвидные запасы. При переоценке таких запасов часть их стоимости будет списана предприятием в последующий учетный период. Тогда величина прибыли текущего на момент оценки периода будет завышена. Ее следует откорректировать на сумму стоимости запасов. Применительно к предприятиям энергетической отрасли можно упомянуть такой важный фактор, как остатки топлива на складах. В процессе подготовки к зимнему сезону осуществляются закупки топлива исходя из прогноза относительно среднемесячных температур воздуха. В случае, если реальные температуры оказываются выше планируемых (что наблюдается с большой частотой на протяжении последних десяти лет), накапливаются излишние запасы угля, которые в связи с длительностью хранения теряют свои свойства, а следовательно, теряют в стоимости.

**Список использованной литературы**

1. Грязнова А.Г., Федотова М.А. Оценка бизнеса: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 496 с.
2. Грязнова А.Г., Федотова М.А. Оценка недвижимости: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 512 с.
3. Данилевский Ю.А., Шапигузов С.М., Ремизов Н.А., Старовойтова Е.В. Аудит: Учебное пособие. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 544 с
4. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. Оценка бизнеса. – СПб.: ПИТЕР, 2003. – 416 с.
5. Сулимова С.Н., Яцюк А.В. Финансовые вложения в ценные бумаги. Налогообложение. Аудит. – Новосибирск: РИПЭЛ плюс, 1998, - 96 с.
6. Фетодова М.А., Уткин Э.А Оценка недвижимости и бизнеса. Учебник. – М.: Издательство «ЭКМОС», 2002. – 352 с.

Задача 12. Оборудование было приобретено в 1997 г. за 28 млн. руб. (курс рубля по отношению к доллару на дату приобретения 5750 : 1). На дату оценки курс рубля к доллару составил 5850 : 1. Рассчитайте скорректированную стоимость оборудования на дату оценки.

Решение:

5850:5750\*28= 28486956 руб.