|  |  |
| --- | --- |
|   К Г Э У | МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИФедеральное государственное бюджетное образовательное учреждениевысшего образования«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»(ФГБОУ ВО «КГЭУ») |

**Реферат**

по дисциплине «Оценка бизнеса»

на тему: «Подготовка информации необходимой для оценки»

 Выполнил: Ильина Р.С.

 Группа: ЗЭКПу-1-18

Казань, 2021 г.

**Содержание**

[**Введение** 3](#_Toc88135158)

[**Глава 1.** Подготовка информации необходимой для оценки 5](#_Toc88135159)

[**Глава 2.** Задача 13](#_Toc88135160)

[**Заключение** 14](#_Toc88135161)

[**Список литературы** 15](#_Toc88135162)

# **Введение**

Бизнес – это конкретная деятельность, организованная в рамках определенной структуры. Главная ее цель – получение прибыли. Таким образом, капитал является основой, внутренним содержанием любого процесса создания продукта или услуги, осуществляемой с целью получения дохода. Получение дохода – это цель и конечный результат бизнеса.
Владелец бизнеса имеет право продать его, заложить, застраховать и т.д.

Таким образом, бизнес становится объектом сделки, товаром со всеми присущими ему свойствами и особенностями.
Бизнес, предприятие и фирма обладают всеми признаками товара и могут быть объектом купли-продажи. Но это товары особого рода. И эти особенности предопределяют принципы, модели, подходы и методы оценки.
Во-первых, это товар инвестиционный, т.е. товар, вложения в который осуществляются с целью отдачи в будущем.

Затраты и доходы разъединены во времени. Причем размер ожидаемой прибыли не известен, имеет вероятностный характер, поэтому инвестору приходится учитывать риск возможной неудачи. Если будущие доходы с учетом времени их получения оказываются меньше издержек на приобретение инвестиционного товара, он теряет свою инвестиционную привлекательность.

Таким образом, текущая стоимость будущих доходов, которые может получить собственник, представляет собой верхний предел рыночной цены со стороны покупателя.

Во-вторых, бизнес является системой, но продаваться может как вся система в целом, так и отдельно ее подсистемы и даже элементы. Фактически товаром становится не сам бизнес, а его отдельные составляющие.
В-третьих, потребность в этом товаре зависит от процессов, которые происходят как внутри самого товара, так и во внешней среде. Из этого вытекает еще одна особенность бизнеса как товара – потребность в регулировании купли-продажи.

В-четвертых, учитывая особое значение устойчивости бизнеса для стабильности в обществе, необходимо участие государства в формировании рыночных цен на бизнес, в его оценке.
Оценка — это процесс установления экспертом-оценщиком стоимости объекта оценки для специфических целей, результатом которого является научно обоснованное мнение о стоимости оцениваемого объекта на дату оценки в денежном выражении. Хотя оценщики могут прийти к разным результатам, стоимость является объективной величиной, отражающей, с одной стороны, состояние рынка, с другой — состояние объекта.Оценивать что-либо — означает определять стоимость объекта.

Есть и более сложное определение, одновременно отражающее суть и уточняющее ограничительные условия проведения оценки. Оценка — это процесс установления экспертом-оценщиком стоимости объекта оценки для специфических целей, результатом которого является научно обоснованное мнение о стоимости оцениваемого объекта на дату оценки в денежном выражении.
Объектами оценки могут являться различные активы — земля, здания, сооружения и другие объекты недвижимости, оборудование, ценные бумаг и, нематериальные активы (авторские права, патенты, гудвилл, торговая марка и т. д.), предприятие как действующий бизнес и др.

# **Глава 1. Подготовка информации необходимой для оценки**

Процесс оценки стоимости бизнеса (организации) начинается с заключения договора на проведение оценки, включающего в себя разработку задания на оценку. Следующим этапом является сбор и анализ информации, необходимой для проведения оценки. В составе оценочных работ данный этап наиболее трудоемкий и ответственный, так как от качества используемой информации существенно зависит результат оценки. Качественная информационная база оценки — необходимое условие для принятия решения о проведении оценки. В процессе разработки задания на оценку нужно определить характер и источники информации, необходимой для проведения оценки.

Следует согласовать и отметить в задании на оценку характер и источники любой значимой информации, которая будет положена в основу оценки без проведения конкретной ее проверки в процессе оценки. В первую очередь нужно изучить:

• какая информация необходима для оценки стоимости организации, каковы основные к ней требования — что использовать в качестве информации;

• к каким основным источникам информации прибегают оценщики — где взять необходимую для оценки информацию;

• каковы способы обработки информации — как структурировать, преобразовать и анализировать информацию в процессе оценки стоимости.

Состав необходимой для оценки стоимости объекта оценки информации зависит:

• от характера оцениваемого объекта (земельный участок, автомобиль, право аренды, бизнес, доля участия в бизнесе и т.д.);

• выбранного в зависимости от цели оценки вида стоимости или, согласно терминологии МСО, — базы оценки;

• используемых в процессе оценки подходов и методов оценки.

Проводимые в ходе выполнения оценки исследования должны быть адекватными с учетом цели, для которой требуется оценка, и применяемой базы оценки.

С другой стороны, возможность использования тех или иных методов оценки зависит от наличия необходимой для их реализации информации.

В случае оценки стоимости бизнеса (организации) или долей участия в бизнесе состав и структура необходимой информации являются объемными и сложными, получаемыми из множества источников и подлежащими различным приемам группировки, преобразования и анализа.

При этом необходимо, чтобы информация отражала состояние внешней (макро- 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 состояния экономики страны, отрасли и региона.

Поскольку стоимость бизнеса является результатом воздействия многочисленных взаимосвязанных факторов, постольку и информация, необходимая для ее оценки, представляет собой систему взаимосвязанных информационных блоков. Оценочная информация классифицируется по различным критериям.

В зависимости от характеризуемых условий выделяется внешняя и внутренняя информация. Внешняя информация характеризует условия функционирования организации в регионе, отрасли, стране, на внешнем и внутреннем рынке. Внутренняя информация описывает саму организацию, дает представление о ее деятельности, структуре, финансовых результатах и т.п.

В зависимости от открытости источников данных информацию можно подразделить на аутсайдерскую и инсайдерскую. Аутсайдерской называется информация, полученная из открытых источников и доступная широкой публике, часто распространяемая средствами массовой информации или в Интернете. К ней можно отнести новостные сообщения, биржевые котировки и отчетность по программе добровольного и обязательного раскрытия информации. Инсайдерская информация — это публично не раскрываемая, служебная информация о деятельности и состоянии организации, доступная лицам, близким к ее источнику. Она может содержаться во внутренних документах и отчетности организации и иметь статус конфиденциальной, или секретной.

В зависимости от параметров бизнеса и показателей, характеризующих его состояние, информацию можно подразделить на общую и специфическую. Общая информация включает в себя стандартные показатели, характеризующие деятельность любой организации, без учета ее специфики. Специфическая, или особенная, информация отражает особенности оцениваемого бизнеса, обусловленные его отраслевой принадлежностью, месторасположением, характером деятельности и т.п.

В зависимости от характеризуемых аспектов бизнеса выделяют информацию финансовую, правовую, управленческую, технико-технологическую, хозяйственно-экономическую.

И наконец, учитывая, что в любой организации заключено единство имущественного комплекса и бизнеса, следует различать информацию, относящуюся к имуществу организации, и информацию, содержащую характеристики организации как бизнеса. Все перечисленные информационные блоки должны быть согласованы и соответствовать определенным требованиям, предъявляемым к оценочной информации.

Основные требования к информации, используемой в процессе оценки собственности, содержит федеральный стандарт оценки «Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки» (ФСО № 1).

Оценщик изучает количественные и качественные характеристики объекта оценки, собирает информацию, существенную для определения стоимости объекта оценки теми подходами и методами, которые на основании суждения оценщика должны быть применены при проведении оценки, в том числе:

а) информацию о политических, экономических, социальных и экологических и прочих факторах, оказывающих влияние на стоимость объекта оценки;

б) информацию о спросе и предложении на рынке, к которому относится объект оценки, включая информацию о факторах, влияющих на спрос и предложение, количественных и качественных характеристиках данных факторов;

в) информацию об объекте оценки, включая правоустанавливающие документы, сведения об обременениях, связанных с объектом оценки, информацию о физических свойствах объекта оценки, его технических и эксплуатационных характеристиках, износе прошлых и ожидаемых доходах и затратах, данные бухгалтерского учета и отчетности, относящиеся к объекту оценки, а также иную информацию, существенную для определения стоимости объекта оценки.

Информация, используемая при проведении оценки, должна удовлетворять требованиям достаточности и достоверности.

Информация считается достаточной, если использование дополнительной информации не ведет к существенному изменению характеристик, использованных при проведении оценки объекта оценки, а также к существенному изменению итоговой величины стоимости объекта оценки.

Информация считается достоверной, если данная информация соответствует действительности и позволяет пользователю отчета об оценке делать правильные выводы о характеристиках, исследовавшийся оценщиком при проведении оценки и определении итоговой величины стоимости объекта оценки, и принимать базирующиеся на этих выводах обоснованные решения. Оценщик должен провести анализ достаточности и достоверности информации, используя доступные ему для этого средства и методы.

Если в качестве информации, существенной для определения стоимости объекта оценки, используется экспертное суждение оценщика или привлеченного оценщиком специалиста (эксперта), для характеристик, значение которых оценивается таким образом, должны быть описаны условия, при которых указанные характеристики могут достигать тех или иных значений.

Приказ Минэкономразвития России от 20 июля 2007 г. № 256 «Об утверждении федерального стандарта оценки „Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки (ФСО № 1)“» (с изм. и доп.)

Таким образом, информация, необходимая для оценки стоимости, должна удовлетворять требованиям:

• достоверности;

• точности;

• комплексности;

• полноты.

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

Систематизация 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 значимого к менее значимому. При логическом — от общего к частному или от частного к общему.

Процедура сбора информации включает в себя четыре этапа.

1. Направление запроса в компанию с перечнем требуемой для оценки информации (в запрос целесообразно включить формы, позволяющие в дальнейшем сгруппировать полученную в определенном виде информацию и провести расчеты).

Например, требуемая информация для оценки оборудования может быть представлена в таблице, в которой указываются следующие столбцы: наименование, дата приобретения, технические характеристики, текущее использование, процент физического износа и т.п.

2. Осуществление контакта с сотрудниками основных подразделений компании, отвечающих 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-оценщика и специалистов оцениваемой компании.

4. Получение необходимой для проведения оценки информации из внутренних и внешних источников информации.

Доступной публичной информации, как правило, недостаточно для формирования полного и достоверного представления об оцениваемой организации, поэтому принципиально важным этапом сбора информации становится проведение интервью. Для составления опросного листа и беседы с руководителями и сотрудниками фирмы, с ее партнерами и конкурентами оценщику потребуются навыки социолога, психолога и журналиста.

Особое место интервьюирование занимает в создании базы для оценки закрытых 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 оцениваемой организации, 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 низко-ликвидные 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 организации, следовательно, на конечный результат оценки. Однако при проведении опросов оценщик не должен ограничиваться владельцами и менеджерами.

Желательно также побеседовать с работниками банка, обслуживающего фирму, с менеджером по кредитам, у которого можно получить важную информацию относительно прошлой деятельности компании и который может выдать свой собственный прогноз относительно перспектив ее развития. Следует связаться и с бухгалтером, готовящим отчетность и налоговые декларации, а также с аудитором компании, если таковой имеется. Полезны будут и контакты с основными конкурентами компании, от которых можно получить ценные сведения о состоянии отрасли, а зачастую и полезную информацию относительно самой оцениваемой компании.

Безусловная польза от интервьюирования таит в себе и определенную опасность, а именно возможность «увязнуть» в несущественных деталях. При проведении оценки стоимости оценщику приходится просматривать и анализировать большой объем информации, значительная часть которой в итоге оказывается лишней. Определение того, какая информация является существенной, составляет неотъемлемую часть процесса оценки. Примерный перечень вопросов, по которым можно получить дополнительную информацию из опросов, может быть следующим:

• цель и объем работ по оценке;

• история деятельности организации;

• правовые формы функционирования организации;

• характеристика филиалов и дочерних компаний;

• месторасположение организации и ее подразделений;

• права владения бизнесом;

• ассортимент продукции и услуг организации;

• отраслевая классификация;

• кредиторы;

• основные клиенты;

• социальные программы для работников организации;

• информация о недвижимости, занимаемой организацией;

• физическое состояние производственных мощностей, оборудования и т.п.;

• предыдущие оценки, исследования и прогнозы, выполняемые самой организацией или по ее заказу;

• 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, договоров аренды, а также непредвиденные расходы;

• предыдущие оценки рыночной стоимости отдельных видов материальных активов, гудвилла и других нематериальных активов.

# **Глава 2. Задача**

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

Решение: (1+0,38) / (1+0,18)-1=0,169 =16,9%

Ответ: Реальная ставка дохода составляет 16.9 %

# **Заключение**

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 сведения могут быть получены только от них.

По результатам решения задачи можно сказать, что реальная ставка дохода составляет 16,9%

# **Список литературы**

1. Ассонов В.Н. Базовые понятия и технология оценки действующего предприятия // http://unison. yaroslavl.ru/articles/article-5. shtml

2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. - 4-е изд., доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2017.

3. Бердикова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2018.

4. Богатин Ю.В., Швандар В.А. Оценка эффективности бизнеса и инвестиций: Учеб. пособие для вузов по экон. спец. - М.: ЮНИТИ; ФИНАНСЫ, 2019.

5. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.

6. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2018.

7. Глен М. Десмонд, Ричард Э. Келии. Руководство по оценке бизнеса. - М.: РОО, 2012.

8. Горынина Г.Г. Подход к комплексной оценке финансовых рисков для их учета в динамической модели стратегического развития банка // http://www.hedging.ru/publications/521

9. Грязнова А.Г., Федотова М.А., Ленская С.А. и др. Оценка бизнеса: Учеб. для вузов по экон. спец. / Под ред.А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. - М.: Финансы и статистика, 2017.

10. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. Оценка бизнеса. - СПб.: Питер, 2011.