|  |  |
| --- | --- |
| **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»

 Выполнила: Раимкулова Г.Б,

 Группа ЗЭКПу-2-18

 Проверил: доц. Н.А. Юдина

Казань, 2021

Содержание

Введение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .3

1. Информационная база оценки, ее состав и структура. . . . . . . . . ..4
2. Внешняя и внутренняя информация . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 14
3. Задача

Заключение . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .19

Список использованных источников . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 20

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.

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.

2. 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.

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.

Внешними источниками информации могут являться следующие нормативные и справочные материалы:

·        информация о ценах на товарных и сырьевых биржах, по котировкам акций компаний публикуемая в сети Интернет;

·        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;

·        специализированные отраслевые журналы;

·        прайс-листы агентств недвижимости города, в котором находится оцениваемая компания;

·        справочные бюллетени «Оптовик», «Промышленный оптовик», «Капитал», приложение к «Строительной газете», «Индекс цен в строительстве», компьютерные базы данных;

·        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:

·        Ликвидности:

\*        коэффициент текущей ликвидности;

\*        коэффициент срочной ликвидности.

·        Финансовой зависимости/доли заемных средств:

\*        долгосрочная задолженность/собственный капитал;

\*        долгосрочная задолженность в % к используемому капиталу.

·        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.

·        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:

·        публичными, доступными для любого исследователя;

·        частными, составляющими собственность определенной компании или института (но с возможностью доступа к ним за плату);

·        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.

Заключение

Формированием системы показателей программы не ограничи­ваются: большое значение в них придается порядку их интерпрета­ции. Система выдает содержательные текстовые расшифровки зна­чений показателей с отметками, какие из них находятся в пределах нормы, а какие имеют нежелательные значения, поскольку из прак­тики уже известны те пороговые величины, внутри которых значе­ния аналитических коэффициентов могут считаться благоприятны­ми или неблагоприятными. Из комментариев к отдельным коэффи­циентам и их группам программы финансового анализа могут составить готовое текстовое заключение о различных сторонах де­ятельности предприятия.

Следует отметить, что автоматически формируемые заключения большинства программ финансового анализа можно загрузить в формат текстового редактора (обычно это МS Word) и редактировать. При этом некоторые программы позволяют регулировать степень де­тализации изложения, предоставляя пользователю возможность вы­брать, какую информацию и с какими подробностями следует вклю­чить в отчет.

Особое внимание в программах финансового анализа уделяется визуализации данных. С их помощью можно сформировать различ­ные графики и диаграммы, представляющие результаты расчетов в различных разрезах и формах.

Перечисленные выше возможности программ финансового ана­лиза с теми или иными отличиями поддерживаются в большинстве имеющихся на рынке разработок. Их можно считать базовыми. Но есть особенности, которые следует иметь в виду, тем более если пред­полагается применять их не только для целей внешнего мониторинга основных показателей финансового состояния, но и для внутреннего анализа. Как уже говорилось, программы финансового анализа мо­гут осуществлять преобразование форм российской отчетности при­менительно к международным стандартам. Однако следует учиты­вать то обстоятельство, что «точное» отображение показателей рос­сийской отчетности в стандартах IAS получается не всегда.

Широкий спектр возможностей использования дополнительной информации поддерживается в той же системе Аudit Ехpert. Здесь для целей анализа можно привлекать данные остатков и оборотов ба­лансовых, забалансовых и аналитических счетов бухгалтерского уче­та, а также создавать различные входные формы для ввода произ­вольного набора показателей и импортировать данные из внешних файлов. Это может потребоваться не только для уточнения порядка конвертации отчетности в соответствии с западными стандартами, но и для целей проведения углубленного внутреннего экономиче­ского анализа, для которого необходима самая разнообразная фи­нансовая и нефинансовая информация.

В подобных случаях можно не только использовать готовые, встроенные алгоритмы расчетов, но и реализовывать собственные методики анализа, основанные не ином наборе коэффициентов. Программа позволяет создавать свои аналитические таблицы, вклю­чающие показатели, порядок расчета которых также определяется самим пользователем.

**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. Рассчитайте скорректированную стоимость оборудования на дату оценки.

Решение:

5850:5750\*28 000 000=28486956.52 рубля, либо же стоимость оборудования на дату оценки будет составлять 4869,7$.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «О государственном регулировании тарифов на электрическую и тепловую энергию в Российской Федерации», Федеральный закон «О естественных монополиях».

2. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса / С.В. Валдайцев. - М.: Проспект, 2004. - 198с.

3. Верхозина А.В. Правовое регулирование оценочной деятельности / А.В. Верхозина. - М.: РОО, 2003. - 248с.

4. Верхозина А.В., Федотова М.А. Сравнительный анализ международного и российского законодательства в области оценочной деятельности / А.В. Верхозина, М.А. Федотова. - М.: Интерреклама, 2003. - 267с.

5. Гукова А.В., Аникина И.Д. Оценка бизнеса для менеджеров / А.В. Гукова, И.Д. Аникина. - М.: Омега-Л, 2006. - 170с.

6. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 734с.

7. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой, М.А. Эскиндарова, Т.В. Тазихиной, Е.И. Ивановой, О.Н. Щербакова. - М.: Интерреклама, 2003. - 546с.

8. Синявский Н.Г. Оценка бизнеса / Н.Г. Синявский. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 487с.