**Содержание**

1. Информация для объектов недвижимости, оценка предприятии и источники ее получения

2. Факторы, влияющие на стоимость предприятия

Список использованной литературы

**Информация для объектов недвижимости, оценка предприятии и источники ее получения**

Основные источники информации, используемые оценщиком:

— статистическая и прогнозная информация о рынке, отрасли, стране, регионе функционирования предприятия;

— баланс предприятия;

— отчет о прибылях и убытках;

— отчет о движении денежных средств;

— сведения об имущественном комплексе предприятия.

Информация, используемая в процессе оценки бизнеса, должна соответствовать требованиям:

— полноты и достоверности финансово-экономической, технико-экономической и управленческой информации, характеризующей деятельность предприятия за период предыстории, а также в будущем периоде;

— точного соответствия целям оценки;

— комплексного учета внешних условий функционирования оцениваемого предприятия.

В зависимости от источников получения информации и ее документального или иного подтверждения информация, используемая при оценке стоимости предприятия (бизнеса) подразделяется на:

* исходную информацию, полученную непосредственно оценщиком из данных бухгалтерского, первичного и статистического учета, как правило, заверенную подписью руководства оцениваемого предприятия и печатью;
* информацию, полученную от привлеченных к выполнению работ третьих лиц, заверенную их подписью и печатью;
* информацию, полученную от специализированных организаций (например, отраслевые, аналитические обзоры, обзоры фондового рынка), а также опубликованную в средствах массовой информации и сети Интернет;
* информацию, не подтвержденную на каких-либо носителях.

Требования к информации, необходимой для оценки предприятий, формулируются в начальной стадии процесса оценки. Указываются ограничительные условия и состав информационного обеспечения, который должен быть представлен заказчиком эксперту-оценщику к определенному согласованному обеими сторонами сроку.

Оценщик должен посетить сооружения компании и каждый объект имущества, включенный в оценку, и проверить все соответствующие данные, в том числе титульные документы и всякий раз, когда это возможно, проверить всю информацию, полученную от своего клиента. Оценщик должен указать документы, являющиеся источниками информации и сохранить всю информацию и рабочие материалы, на которые он полагался при выработке допущений и в расчетах различными методами оценки.

От заказчика оценщик должен получить все возможные документы и другую информацию, необходимую для оценки:

1) информацию о предприятии общего характера:

* данные о правах и сроках владения имуществом - документы с регистрации земли и недвижимости, принадлежащей оцениваемому предприятию, кадастровые выписки и т.п.;
* устав юридического лица, устав акционерного общества, реестр акционеров, книги протоколов и т.п.;
* балансовый отчет и отчеты о прибылях и убытках за предыдущие годы (прошедшие аудит, там, где они доступны);
* счета управленческого учета, бюджеты, балансовые отчеты, прогнозы, бизнес-план предприятия, технико-экономические обоснования инвестиционных проектов;
* расшифровку постоянных и переменных затрат;
* состав и поэлементную характеристику основных средств;
* расшифровку долгосрочных финансовых активов;
* контракты с покупателями и поставщиками;
* состав обязательств и порядок бухгалтерского учета процентов.

2) информация о бизнесе и специфике деятельности предприятия:

* характеристики бизнеса, интерес в собственности на бизнес или ценная бумага, подлежащие оценке, в том числе права, привилегии и обязательства, факторы, влияющие на контроль и любые соглашения, ограничивающие продажу или передачу;
* характер, история и перспективы бизнеса;
* финансовая информация за прошлые периоды;
* предыдущие сделки, касающиеся бизнеса, выгодных интересов в бизнесе, преференция, конвертируемые или другие ценные бумаги;
* информация о менеджерах высшего уровня и персонале (контракты персонала, в частности, пакеты переменных вознаграждений и опционы на акции);
* производственные системы;
* коммерческие протоколы;
* патенты, изобретения, ноу-хау, товарные знаки, наименования или фирменные наименования, авторские права, базы данных и т.п.;
* сведения о конкурентах.

3) Определение эффективности на уровне отрасли:

* Характеристика и динамика отраслей, которые оказывают или могут оказывать воздействие на бизнес.
* Экономические факторы, влияющие на бизнес.
* Информация с рынков капитала, например, достижимая ставка отдачи по альтернативным инвестициям, сделки на фондовом рынке, слияния и поглощения.
* Прогнозы фонда заработной платы.
* Рыночный спрос на продукцию.
* Основные соотношения (пропорции, коэффициенты) у лидеров отрасли.
* Будущий конкурент (будущие конкуренты).
* Мощность клиентов и поставщиков.
* Влияние потенциальных изменений в государственном законодательстве или в международных конвенциях.
* Другая информация.

Информация, необходимая для анализа предприятия в целях его оценки делится на внешнюю и внутреннюю. **Внешняя информация** характеризует условия функционирования предприятия в регионе, отрасли и экономике в целом. **Внутренняя** дает представление о деятельности оцениваемого предприятия.

**Необходимость анализа** **внешней информации** определяется тем, что нормальное функционирование бизнеса (объем продаж, прибыль) во многом определяется внешними условиями функционирования предприятия. К информации этого рода мы может отнести макроэкономические и отраслевые показатели.

Макроэкономические данные — информация о том, как сказывается или скажется на деятельности предприятия изменение макроэкономической ситуации, она характеризует инвестиционный климат в стране. К макроэкономической относится следующая информация: стадия экономического цикла; экономическая и политическая стабильность; социальные факторы: занятость и уровень жизни населения; процентные ставки и их динамика; налоговое законодательство и тенденции его изменения; риски.

Общие макроэкономические закономерности развития экономики оценщик должен учитывать при анализе конкретного предприятия и составлении прогнозов. Например, в периоды спада деловой активности снижается размер получаемой прибыли, увеличивается вероятность банкротства, снижается стоимость бизнеса. Основные источники макроэкономической информации: программы правительства и прогнозы; периодическая экономическая печать; аналитические обзоры информационных агентств; данные Федеральной службы государственной статистики; законодательство Российской Федерации.

К отраслевым данным относится информация об отрасли, в которой функционирует оцениваемое предприятие: рынки сбыта, наличие и характеристика конкурентов.

Рынки сбыта анализируются с точки зрения соотношения спроса и предложения, взаимоотношений с поставщиками, стратегии сбыта товаров. Основные направления стратегии сбыта товаров: проникновение на уже сложившийся рынок с тем же продуктом, что и конкуренты; развитие рынка за счет создания новых сегментов рынка; разработка принципиально новых товаров или модернизация существующих; диверсификация производимой продукции для освоения новых рынков.

В зависимости от стратегии сбыта товаров составляется прогноз объемов реализуемой продукции. Цель сбора этой информации — определение потенциала рынка сбыта товара: объем продаж в текущих ценах, ретроспектива за последние два — пять лет по оцениваемому предприятию, объем продаж в текущих ценах у конкурентов, прогнозы по расширению рынков сбыта.

При анализе условий конкуренции учитывается тип рынка, наличие ограничений для вступления в отрасль конкурентов, производящих товары-заменители. Анализ должен дополняться сведениями об объеме производства конкурирующего товара в натуральном и стоимостном выражениях, характеристикой продукции конкурентов, данными о доле реализуемой продукции в общем объеме отечественного производства, а также перечнем основных российских импортеров этого товара.

Основные источники отраслевой информации: данные отдела маркетинга оцениваемого предприятия; данные Федеральной службы государственной статистики; отраслевые информационные издания; периодическая экономическая печать; бизнес-план; личные контакты; фирмы-дилеры (распространители); таможенное управление. Указанные источники предоставляют информацию, имеющую различную степень достоверности. Поэтому, если на один и тот же вопрос мы получили разные ответы, проводится средневзвешенная оценка с учетом достоверности информации.

**Внутренняя информация включает:**

1) ретроспективные данные об истории компании;

2) описание и анализ маркетинговой стратегии предприятия, в том числе: жизненный цикл товаров, объемы продаж за прошлый и текущий периоды, себестоимость реализованной продукции, цены товаров и услуг, их динамика, прогнозируемое изменение объемов спроса, производственные мощности с учетом будущих капиталовложений (прогноз объемов реализуемой продукции корректируется на производственные мощности);

3) характеристики поставщиков;

4) производственные мощности;

5) рабочий и управленческий персонал и заработная плата: управляющий предприятием (управляющий предприятием может быть ключевой фигурой, обеспечивать эффективное управление бизнесом и его развитием, в случае же продажи предприятия планы управляющего в отношении будущей деятельности могут измениться); уровень заработной платы на предприятии в сравнении со среднеотраслевыми данными (может корректироваться при нормализации отчетности);

6) внутреннюю финансовую информацию (данные бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах и движении денежных средств за три — пять лет);

7) прочую информацию.

Цели работы оценщика по сбору внутренней информации: анализ истории компании с целью выявления будущих тенденций; сбор информации для прогнозирования объемов продаж, денежных потоков, прибыли; учет факторов несистематического риска, характерных для оцениваемого бизнеса; корректировка и анализ финансовой документации.

Эффективным источником информации является **анкетирование** владельцев, администрации, аудиторов, кредиторов, конкурентов оцениваемого предприятия, представителей отраслевых ассоциаций и местных администраций. В процессе анкетирования уделяется внимание следующим вопросам:

1) ретроспективные данные об истории предприятия: состав имущественного комплекса, ассортимент продукции и услуг, квалификация рабочего и управленческого персонала; основные заказчики, поставщики и кредиторы;

2) характеристика филиалов и дочерних фирм: формы и размеры участия оцениваемого предприятия в филиалах и дочерних фирмах, ассортимент продукции (услуг) и т.п.;

3) характеристика оцениваемого предприятия: наличие и результаты проверок, проводимых аудиторами и налоговыми органами, наличие излишних, неоперационных и непроизводственных активов, связанные с ними доходы и расходы, сведения об инвентаризации запасов и основных фондов, дивидендная политика, обязательства или доходы и расходы, не отраженные в финансовых документах (данные об арендных договорах, незавершенных судебных делах, не отраженных в бухгалтерских документах активах и т.д.);

4) перспективы развития оцениваемого предприятия на ближайшие три — пять лет: расширение ассортимента продукции (услуг), рост объемов производства и сбыта, выручка от других операций, себестоимость и прибыль, капитальные вложения, риски.

**Сбор и подтверждение информации*.***Надежность выводов оценщика зависит от данных, использованных им в работе. Если они не точные, то будет трудно подготовить обоснованное заключение. Поэтому оценщик должен собрать такую информацию, которая подтверждает его выводы в отчете или анализе. В профессиональной практике оценщиков сложилась определенная система в отборе необходимой информации. Суть ее заключается в том, что собранные данные должны:

– непосредственно касаться оцениваемого объекта и быть достаточно свежими, т.е. конкретными;

– быть подтверждены личным осмотром объекта оценщиком или осведомленными лицами (экспертами);

– быть сопоставимы с данными о сходных объектах, имеющихся на рынке; эта сопоставимость особенно важна при использовании финансовых показателей, в частности при подсчетах предстоящих доходов;

– предусматривать возможность уточнения, если в процессе сбора информации допущены искажения или отклонения от фактических значений;

– соотноситься с профессиональным опытом оценщика.

**2. Факторы, влияющие на стоимость предприятия**

Как и любой товар на рынке, объекты недвижимости имеют цену стоимость. Оценка предприятия – это определение рыночной стоимости предприятия, хозяйствующего субъекта, со всей совокупностью лежащих на нем прав и обязательств. Стоимость зависит от ряда факторов:

1. Объективные факторы. Как правило, это экономические факторы, которые определяют средний уровень цен конкретных сделок субъектами недвижимости. Их можно разделить на

*макроэкономические* – факторы, связанные с общей конъюнктурой рынка (налоги, пошлины, динамика курса доллара, инфляция, безработица, уровень и условия оплаты труда, потребность в объектах недвижимости, развитие внешнеэкономической деятельности и т.д.). Макроэкономические показатели характеризуют инвестиционный климат в стране, содержат информацию о том, повлияет ли и как именно на деятельность предприятия изменение макроэкономической ситуации. Факторы макроэкономического риска образуют систематический риск, возникающий из внешних событий, и не могут быть устранены диверсификацией в рамках национальной экономики. Стоимость предприятия, действующего в условиях высокого риска, ниже, чем стоимость аналогичного предприятия, функционирование которого связано с меньшим риском. Обычно более высокий доход характеризуется большей степенью риска.

Выбор решения и покупателя и продавца зависит и от *перспективы развития данного бизнеса*. Обычно стоимость предприятия в предбанкротном состоянии ниже стоимости предприятия с аналогичными активами, но финансово устойчивого. При оценке стоимости предприятий необходимо учитывать степень конкурентной борьбы в данной отрасли и в настоящее время, и в будущем. Если отрасль, в которой действует предприятие, приносит избыточную прибыль, то она привлекает капиталы, так как в нее пытаются проникнуть и другие предприниматели. Это увеличит предложение в будущем и снизит норму прибыли. Если ожидается обострение конкурентной борьбы, то при прогнозировании будущих прибылей данный фактор можно учесть либо за счет прямого уменьшения потока доходов, либо путем увеличения фактора риска, что опять же снизит текущую стоимость будущих доходов. При оценке предприятий особенно важен анализ следующих внутренних факторов:

* диверсификация производства;
* ценовая политика и качество продукции (влияют на спрос);
* степень изношенности оборудования (влияет на вес затратного подхода в итоговом согласовании);
* финансовое состояние (основа для прогнозирования доходов, существенно влияет на стоимость бизнеса);
* взаимоотношения с потребителями и поставщиками, уровень управления, кадровый состав предприятия, нематериальные активы предприятия (фирменное имя, знаки, патенты, технологии, маркетинговая система и др.);
* степень контроля (в среднем на 20-35% может повлиять на итоговую стоимость пакета акций).

Спрос зависит не только от *экономических факторов*. Важны также *социальные и политические факторы*, такие как отношение к бизнесу в обществе и политическая стабильность. Цены предложения, в первую очередь, определяются издержками создания аналогичных предприятий в обществе. Очень важное значение имеет и количество выставленных на продажу объектов. Это влияет на доход.

*микроэкономические* – факторы, характеризующие объективные параметры конкретных сделок.

2. Факторы, связанные с феноменом массового сознания и факторы психологического характера: массированная реклама; инфляционные ожидания; симпатии; осведомленность и т.д.

3. Физические факторы:

- местонахождение – удаленность от центра, степень развития инфраструктуры и транспортного сообщения (особенно – близость метро) напрямую влияет на стоимость недвижимости;

- архитектурно-конструктивные решения – в зависимости от назначения дальнейшего использования здания стоимость его будет увеличиваться или уменьшатся;

- состояние объекта недвижимости;

- наличие коммунальных услуг (электроэнергия, водоснабжение, теплосеть и др.);

- экологические и сейсмические факторы (для жилой недвижимости данные санитарно-экологической экспертизы могут значительно снизить стоимость жилья, а наличие лесопарковой зоны, водоемов, парков и пр. может увеличить стоимость квартир).

Рассмотрим наиболее значимые факторы, влияющие на стоимость предприятия подробнее.

*Спрос.* Ликвидность доли и (или) бизнеса зависит от спроса. Спрос определяется предпочтениями потребителей, которые зависят от того, какие доходы приносит данный бизнес собственнику, в какое время, с какими рисками это сопряжено, каковы возможности контроля и перепродажи данного бизнеса, какова социально-политическая и экономическая среда функционирования бизнеса.

*Доход.* Доход, который может получить собственник объекта, зависит от характера операционной деятельности и возможности получить прибыль от продажи объекта после использования. Прибыль от операционной деятельности в свою очередь определяется соотношением потоков доходов и расходов.

*Время.* Большое значение для формирования стоимости предприятия имеет время получения доходов. Одно дело, если собственник приобретает активы и быстро начинает получать прибыль от их использования, и другое дело, если инвестирование и возврат капитала отделены значительным промежутком времени.

*Риск.* На величине стоимости неизбежно сказывается и риск как вероятность получения ожидаемых в будущем доходов.

*Контроль.* Одним из важнейших факторов, влияющих на стоимость, является степень контроля, которую получает новый собственник. Если предприятие покупается в индивидуальную частную собственность или если приобретается контрольный пакет акций, то новый собственник получает такие существенные права, как право назначить управляющих, определить величину оплаты их труда, влиять на стратегию и тактику работы предприятия, продавать или покупать его активы; реструктурировать и даже ликвидировать данное предприятие; принимать решение о поглощении других предприятий; определять величину дивидендов и т. д. В силу того, что покупаются большие права, стоимость и цена, как правило, будут выше, чем в случае покупки неконтрольного пакета акций.

*Ликвидность.* Одним из важнейших факторов, влияющих при оценке на стоимость предприятия и его имущества, является степень ликвидности этой собственности. Рынок готов выплатить премию за активы, которые могут быть быстро обращены в деньги с минимальным риском потери части стоимости. Отсюда стоимость закрытых акционерных обществ должна быть ниже стоимости аналогичных открытых обществ.

*Ограничения.* Стоимость предприятия реагирует на любые ограничения, которые имеет бизнес. Например, если государство, ограничивает цены на продукцию предприятия, то стоимость такого бизнеса будет ниже, чем в случае отсутствия ограничений.

*Соотношение спроса и предложения* влияет на оценочную стоимость любого объекта. Если спрос превышает предложение, то покупатели готовы оплатить максимальную цену. Верхняя граница цены спроса определяется текущей стоимостью будущих прибылей, которые может получить собственник от владения этим предприятием. Особенно это характерно для отраслей, в которых предложение ограничено природными возможностями. Отсюда следует, что наиболее близко к максимальной границе в случае превышения спроса над предложением будут цены на сырьевые предприятия. В то же время в случае превышения спроса над предложением возможно появление в некоторых отраслях новых предприятий, что приведет к увеличению их числа. В долгосрочном плане цены на эти предприятия могут несколько упасть. Если же предложение превышает спрос, то цены диктуются производителем. Минимальная цена, по которой он может продать свой бизнес, определяется затратами на его создание.

Спрос на предприятие, наряду с полезностью, зависит также от платежеспособности потенциальных инвесторов, ценности денег, возможности привлечь дополнительный капитал на финансовом рынке. Отношение инвестора к уровню доходности и степени риска зависит даже от возраста. Более молодые люди склонны идти на большой риск ради более высокой доходности в будущем.

Важным фактором, влияющим на спрос и стоимость бизнеса, является *наличие альтернативных возможностей для инвестиций*.

Анализ факторов, влияющих на стоимость предприятия, становится важной задачей, решение которой необходимо для получения обоснованной стоимости предприятия. Итак, основными факторами, определяющими оценочную стоимость являются: спрос; прибыль оцениваемого бизнеса, настоящая и будущая; затраты на создание аналогичных предприятий; соотношение спроса и предложения на аналогичные объекты; риск получения доходов; степень контроля над бизнесом и степенью ликвидности активов.

Таким образом, основные факторы, влияющие на стоимость, это: ликвидность доли и (или) бизнеса (зависит от спроса); полезность бизнеса для собственника: характеристики дохода (величина, время получения дохода) и риски, связанные с его получением; нематериальные активы, имидж предприятия на рынке; ограничения для рассматриваемого бизнеса; размер оцениваемой доли бизнеса; степень контроля, получаемая новым собственником; перспективы развития оцениваемого бизнеса; финансовое положение предприятия (наличие собственных средств, оборачиваемость капитала и др.); затраты на создание аналогичных предприятий; степень конкурентной борьбы в данной отрасли; диверсификация производства (состав и структура выпускаемой продукции, услуг); качество выпускаемой предприятием продукции; технология и затраты производства; степень изношенности оборудования; ценовая политика; взаимоотношения с потребителями и поставщиками; уровень управления; кадровый состав предприятия.

Проводя оценку объекта недвижимости, кроме влияния названных факторов следует учитывать и различные уровни влияния факторов; основные градостроительные принципы; циклы развития среды местоположения недвижимости.

**Список использованной литературы**

1. Асаул А.Н. Экономика недвижимости / А.Н.Асаул, А.В.Карасев. – СПб.:Питер, 2005. - 512 с.
2. Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятия: теория и практика / В.В.Григорьев, М.А.Федотова. - М.: Инфра-М, 2004. - 320 с.
3. Гриненко С.В. Экономика недвижимости. Конспект лекций / С.В.Гриненко. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. - 107 с.
4. Татарова А.В. Оценка недвижимости и управление собственностью: Учебное пособие / А.В.Татарова. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. - 70 с.
5. Щербаков В.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В.А.Щербаков, Н.А.Щербакова // Анализ и инвестиции. - 2009. - №07. - С.14.