

## Содержание:

Image not found or type unknown



## Введение

Информация является одной из важнейших составляющих не только оценочной, но и любой другой сферы деятельности. Процесс оценки стоимости бизнеса связан с исследованием большого объема информации. Это совокупность сведений о прошлом и настоящем финансово-экономическом состоянии предприятия и условиях его развития, данные об имуществе предприятия и правах на это имущество. Все стадии оценки предприятия связаны с анализом собранной информации. 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.

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 характеризующих условий выделяются внешняя и внутренняя информация. Внешняя информация характеризует условия функционирования предприятия в регионе, отрасли, в стране, на внешнем и внутреннем рынках.

## **Виды и источники внешней информации**

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

### **1. Макроэкономическая и геополитическая информация;**

Информация этого вида редко напрямую воздействует на компании, она может сыграть решающую роль при разработке долгосрочной стратегии.

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. 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 можем 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 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.

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.

## 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 так же 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.

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 со сложной финансовой структурой, требуется разнообразная информация по таким вопросам, как, например, динамика курсов акций, движение на рынке капитала и т.д.

#### 6. Информация о регулировании и налогообложении.

Компаниям нужна информация об условиях регулирования не только для соблюдения правовых норм, но и для определения необходимых затрат.

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

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

Несмотря на значительные объемы информации и ее разнообразие ключевым признаком для определения той информации, которую следует использовать в процессе оценки бизнеса является уместность.

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 сети Интернет;
- специализированные отраслевые журналы;
- прайс-листы агентств недвижимости города, в котором находится оцениваемая компания;
- справочные бюллетени , компьютерные базы данных;

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.

Информация, используемая в процессе оценки, должна отвечать требованиям:

- достоверности;
- точности;
- комплексности;

Используемая информация должна достоверно отражать ситуацию на предприятии, точно соответствовать целям оценки и комплексно учитывать внешние условия функционирования оцениваемого предприятия.

**Существуют различные пути организации информации:**

хронологический, журналистский, логический.

Хронологический путь предусматривает последовательный переход от прошлого к будущему (или от будущего к прошлому). Например, в отчете об оценке описание процесса производства начинается с истории компании.

Журналистский путь располагает материал от более важного к менее важному. Например, при анализе финансовой информации как правило не имеет смысла описывать всю ретроспективную информацию, внимание акцентируется на наиболее важных пропорциях или коэффициентах.

Логический порядок распределяет информацию от общего к частному или от частного к общему. Например, прежде чем перейти к анализу оцениваемой компании, проводится обзор макроэкономической ситуации, который позволяет определить инвестиционный климат в стране.

## **Заключение**

Процесс оценки бизнеса требует значительных объемов рыночной информации с целью последующего сопоставления объектов. Это предполагает сбор и анализ большого объема сведений о прошлом и текущем состоянии объекта оценки, его будущем потенциале. Результаты оценки бизнеса, получаемые на основе анализа внешней и внутренней информации, необходимы не только для проведения переговоров о купле-продаже, они играют существенную роль при выборе стратегии развития предприятия.

Низкий уровень информационной открытости субъектов российской экономики приводит к тому, что большую роль в информационном обеспечении оценки бизнеса играет наличие личных связей исполнителей в соответствующих...кругах. В течение последних нескольких лет большое развитие в России получила всемирная информационная сеть - Интернет. В составе информации, доступ к которой можно получить в Интернет, можно выделить информацию официальной статистики по денежно-кредитному и финансовому обращению, данные политического и макроэкономического характера, информацию о текущих новостях рынка (котировки и др.), финансовые данные конкретных предприятий-эмитентов ценных бумаг. Если инвестор не ограничивается национальным рынком, то

количество и качество доступной и полезной информации резко возрастает.

## **Список использованных источников:**

- 1.Грязнова А.Г., Федотова М.А.Оценка бизнеса: Учебник-М.: Финансы и статистика, 2009. - 736 с.
- 2.Козодаев М.Ю., Пылов М.К. Оценка и бизнес. - М.: ОЛМА - ПРЕСС Инвест: Институт экономических стратегий,2009. - 128 с.
- 3.Ковалев В.В.Финансовый менеджмент:теория и практика.-2-е изд.,перераб. и доп.- М.:Проспект,2010.-1024с.
4. Пострелова А. В. Информация, необходимая для оценки бизнеса / А. В. Пострелова, Е. А. Казакова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). -- СПб.: Реноме, 2013. -- С. 56-59.
- 5.Татарова А.В. Оценка недвижимости и управление собственностью: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2010. -170 с.