

«Оценка недвижимости»

Специальности: №08050265 Экономика и управление на предприятии,

№08050062 Менеджмент организации

Институт права и управления, кафедра Менеджмента

Слугин Олег Владимирович

# Тема 6

## «Сравнительный подход к оценке недвижимости»

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Ключевые понятия
2. Учебный материал
3. Вопросы для самопроверки
4. Рекомендуемая литература

# КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ

- Рынок капитала
- Отраслевые коэффициенты
- Ценовая информация
- Компании-аналоги
- Критерии отбора компаний-аналогов
- Оценочные мультипликаторы
- Интервальные мультипликаторы
- Моментные мультипликаторы

## Условия применения сравнительного подхода:

- Наличие активного финансового рынка
- Наличие доступной финансовой информации по большому числу компаний-аналогов
- Наличие достоверной информации о фактически совершенных сделках с компаниями-аналогами

## Методы расчета стоимости предприятия:

1. Метод рынка капитала
2. Метод сделок
3. Метод отраслевых коэффициентов

## Этапы расчета стоимости предприятия в сравнительном подходе:

1. Сбор информации о компаниях-аналогах
2. Сопоставление списка компаний-аналогов
3. Финансовый анализ компаний-аналогов
4. Расчет оценочных мультипликаторов
5. Выбор величины мультипликатора
6. Определение предварительной величины стоимости предприятия
7. Внесение итоговых поправок

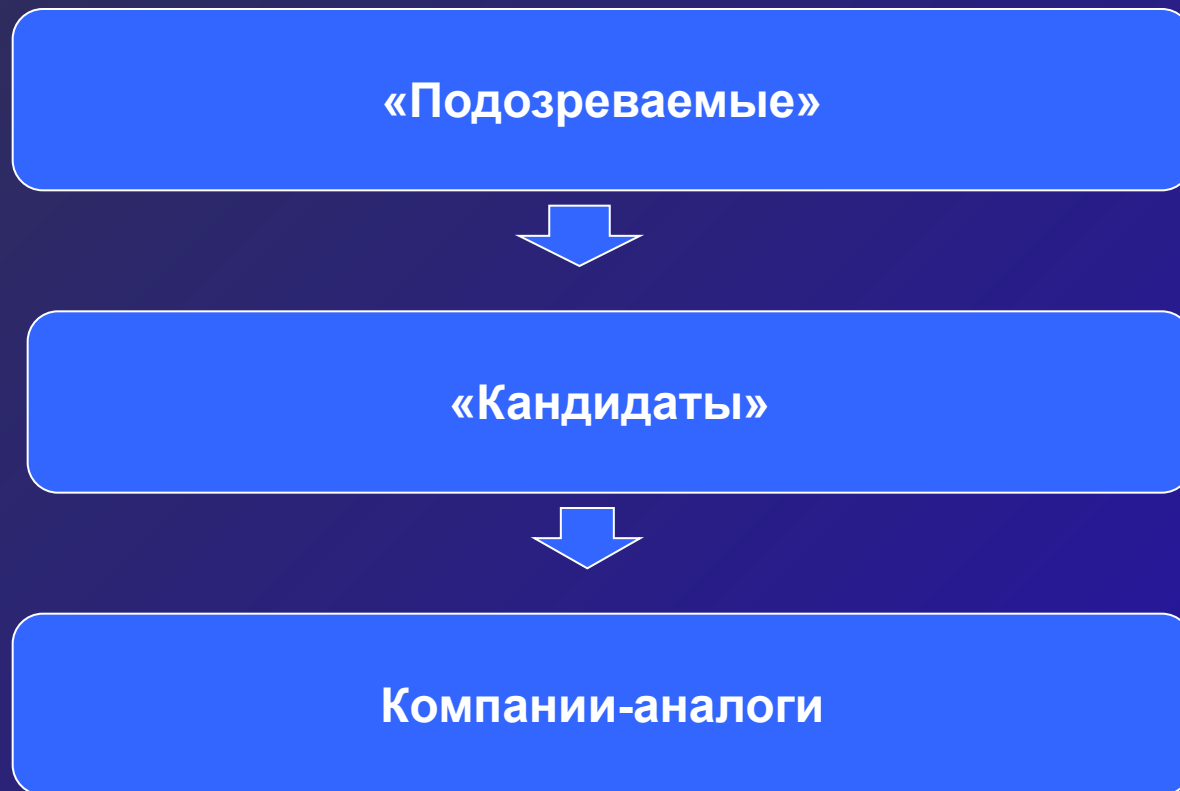
## Сбор информации о компаниях-аналогах

```
graph TD; A[Сбор информации о компаниях-аналогах] --> B[Рыночная (ценовая) информация]; A --> C[Финансовая информация];
```

Рыночная  
(ценовая)  
информация

Финансовая  
информация

## Процесс отбора сопоставимых компаний-аналогов





## Критерии отбора компаний-аналогов:

- Отраслевое сходство
- Сходство производимых товаров (услуг)
- Размер компании
- Качество менеджмента
- Перспективы роста
- Уровень систематических рисков

## Критерии отбора компаний-аналогов:

- Сравнимая структура капитала
- Сравнимая ликвидность
- Сравнимая рентабельность

## Цели финансового анализа компаний-аналогов:

- Рейтинг оцениваемой компании в списке компаний-аналогов
- Обоснование степени доверия к информации по выбранным компаниям-аналогам
- Основа для расчета оценочных мультипликаторов

## Оценочный мультипликатор

коэффициент, показывающий соотношение между рыночной ценой предприятия и финансовой базой (финансовыми показателями деятельности предприятия)

## Виды оценочных мультипликаторов

```
graph TD; A[Виды оценочных мультипликаторов] --> B[Интервальные]; A --> C[Моментные];
```

Интервальные

Моментные

## Интервальные мультипликаторы:

1. Цена / прибыль
2. Цена / денежный поток
3. Цена / дивидендные выплаты
4. Цена / выручка от реализации

## Моментные мультипликаторы:

1. Цена / балансовая стоимости активов
2. Цена / стоимость чистых активов

## Мультипликатор:

Цена / прибыль

Применяется для оценки мелких компаний на основе прибыли до уплаты налогов



## Мультипликатор:

### Цена / Денежный поток

Применяется для оценки предприятий, в активах которых преобладает недвижимость

## Мультипликатор:

### Цена / Дивидендные выплаты

Применяется если дивиденды выплачиваются достаточно стабильно как в аналогах, так и в оцениваемой компании, либо способность компании платить дивиденды может быть обоснованно спрогнозирована

## Мультипликатор:

### Цена / Выручка от реализации

Применяется при оценке предприятий сферы услуг (реклама, страхование и т.д.).

Применяется для проверки объективности результатов полученных другими способами

## Мультипликатор:

**Цена / Балансовая стоимость**

Сфера применения – оценка холдинговых компаний, крупных пакетов акций.

## Мультипликатор:

### Цена / Чистая стоимость активов

Применяется, если оцениваемая компания имеет значительные вложения в собственность (недвижимость, ценные бумаги, производственное оборудование).

## Процесс формирования стоимости предприятия:

1. Выбор величины мультипликатора
2. Взвешивание промежуточных результатов
3. Внесение итоговых поправок

## Внесение итоговых поправок

1. Учет активов не участвующих в производстве, получении прибыли
2. Учет фактической величины собственного оборотного капитала

# ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. В чем заключается сущность сравнительного подхода к оценке бизнеса? Основные положения.
2. Область применения сравнительного подхода к оценке бизнеса?
3. Метод рынка капитала. Сущность метода и этапы определения рыночной стоимости методом рынка капитала?
4. Метод сделок. Сущность метода и этапы определения рыночной стоимости методом сделок?
5. Метод отраслевых коэффициентов. Сущность метода и этапы определения рыночной стоимости методом отраслевых коэффициентов?
6. Каковы основные принципы отбора предприятий для проведения сравнительного анализа?
7. Что такое «оценочные мультипликаторы»?
8. Как производится выбор величины мультипликатора?
9. Какие поправки вносятся для определения итоговой стоимости бизнеса?



# РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Оценка недвижимости. — 11-е изд. / Пер. с англ. под общ. ред. И.Л. Артеменкова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: ООО "Российское общество оценщиков", 2007.
2. Грязнова А. Г., Федотова М. А. Оценка недвижимости Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. М. 2007
3. Иванова Е.Н. Оценка стоимости недвижимости. Учебное пособие под ред. д-ра экон. наук, проф. Федотовой М.А. - М., 2007.
4. Оценка недвижимости : учебное пособие для студ. вузов, обуч. по спец. экономики и управления (060000). / Л. Н. Тепман ; под ред. В. А. Швандара. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006.

## Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.