Независимая экспертиза и оценка стоимости активов

Шарафанова Елена Евгеньевна,

Лекции 3_4. Сравнительный подход к оценке

1. Сущность и принципы метода сравнительного анализа продаж
2. Виды и методы определения поправок
3. Метод валового рентного мультипликатора

1. **Сущность и принципы метода сравнительного анализа продаж**

Метод сравнительного анализа продаж (Salea Comprasion Approach) – метод оценки стоимости объекта путем сравнения недавних продаж сопоставимых объектов с оцениваемым объектом после осуществления соответствующих корректировок, учитывающих различия между ними

Синонимы:

- Метод сравнительного анализа продаж
- Рыночный метод
- Метод рыночной информации

Федеральный стандарт оценки № 1 «Общие понятия…»

Сравнительный подход - совокупность методов оценки, основанных на получении стоимости объекта оценки путем сравнения оцениваемого объекта с объектами-аналогами.

Сравнительный подход рекомендуется применять, когда доступна достоверная и достаточная для анализа информация о ценах и характеристиках объектов-аналогов. При этом могут применяться как цены совершенных сделок, так и цены предложений.

В рамках сравнительного подхода применяются различные методы, основанные как на прямом сопоставлении оцениваемого объекта и объектов-аналогов, так и методы, основанные на анализе статистических данных и информации о рынке объекта оценки.

Федеральный стандарт оценки № 7 «Оценка недвижимости»

Сравнительный подход применяется для оценки объектов, когда можно подобрать достаточное для оценки количество объектов-аналогов с известными ценами сделок и (или) предложений

В качестве аналогов используются объекты, которые относятся к одному с оцениваемым объектом сегменту рынка и сопоставимы с ним по ценообразующим факторам. При этом для всех объектов, включая оцениваемый, ценообразование по каждому из указанных факторов должно быть единообразным

Федеральный стандарт оценки № 7 «Оценка недвижимости»

При проведении оценки должны быть описаны объем доступных оценщику рыночных данных об объектах-аналогах и правила их отбора для проведения расчетов. Использование в расчетах лишь части доступных оценщику объектов-аналогов должно быть обосновано в отчете об оценке

Для выполнения расчетов используются типичные для аналогичного объекта сложившиеся на рынке оцениваемого объекта удельные показатели стоимости (единицы сравнения), в частности цена или арендная плата за единицу площади или единицу объема

Стоимость объекта по методу сравнительного анализа продаж равна средней цене аналогичных объектов с учетом поправок, учитывающих их отличия от оцениваемого объекта

$$K = P + \sum D,$$

где P – продажная цена аналогичного объекта (совокупности однородных аналогов);

$\sum D$ – сумма поправочных корректировок

Условие использования сравнительного метода: для определения поправочных корректировок (поправок) необходим сбор большого количества подробной и достоверной информации о сопоставимых однородных объектах

Для рынка жилья: характеристика жилой площади, местоположение, этажность, бытовые удобства , телефон, экологическая чистота и престижность района, транспортная доступность, качество ремонта и т.д.

Различия в характеристиках объектов оцениваются с точки зрения ТИПИЧНОГО ПОКУПАТЕЛЯ. Поэтому поправка по какой-либо характеристике стоит не обязательно столько, сколько было затрачено на создание (или ликвидацию) этой характеристики

ПРИНЦИПЫ МЕТОДА САП

ПРИНЦИП СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ:

При развитом рынке цена объекта зависит от текущих условий спроса и предложения

ПРИНЦИП ЗАМЕЩЕНИЯ:

Покупатель не купит объект, если его стоимость будет превышать затраты на приобретение на рынке схожего объекта, обладающего такой же полезностью.

ПРИНЦИП ВКЛАДА:

Если в оцениваемом объекте отсутствует какая-либо особенность, присутствующая в сравниваемом объекте, то стоимость корректируют на величину вклада этой особенности

Цены, по которым на рынке состоялись сделки купли-продажи объекта, схожего или аналогичного оцениваемому объекту, отражают его рыночную стоимость.

Метод САП применяются при условии развитого рынка продаж

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Выявление, подтверждение и анализ сопоставимых объектов, которые были проданы за последнее время в соответствующем секторе рынка

Цена

Поправки к цене на различия, которые имеются между оцениваемым и сопоставимыми объектами

Расчет

Определение продажной цены каждого сопоставимого объекта таким образом, как если бы при продаже он имел те же основные характеристики, что и оцениваемый объект.

Выявление продаж сопоставимых объектов на соответствующем рынке

- Собственное досье оценщика
- Internet
- риэлтерские фирмы
- нотариусы
- Ипотечные компании
- страховые компании
- И др.

Подтверждение и анализ продаж сопоставимых объектов на соответствующем рынке

Подтверждение сделки производится одним из основных участников (покупателем, продавцом) или агентом

Выявление условий продажи: сделку учитывать можно, если:

- одна из сторон не находилась в затруднительных обстоятельствах;
- обе стороны обладали типичной рыночной информацией и поступали экономически рационально;
- Финансирование соответствовало нормальным рыночным условиям (не родственные сделки

Корректировка цены сопоставимых объектов

Правило корректировки: корректируется только стоимость сопоставимого объекта на основе принципа вклада. **Если** **сопоставимый объект (объект-аналог) превосходит** в чем-то **оцениваемый**, то его **фактическая продажная цена должна быть уменьшена на величину вклада этого превосходства и наоборот**.

ВАЖНО: поправки производятся **от сравниваемых объектов к оцениваемым**, т.е. необходимо определить, за какую цену был бы продан сравниваемый объект, если бы он имел те же характеристики ,что и оцениваемый

Эксперт- оценщик должен отвечать на вопрос: «*За какую цену был бы продан объект-аналог (рыночная цена которого известна), имей он те же характеристики, что и оцениваемый объект?»*

Пример корректировочной таблицы

№	Характеристика	Оценива-емый объект	Сопоставимый объект
1	Продажная цена	?	30 млн. руб.
2	Бассейн	нет	Есть (вклад –3 млн.руб.) – Поправка 1
3	Ландшафт	лучший	Хуже (вклад +10 млн.руб.) – Поправка 2
4	Дорога с твердым покрытием	нет	Есть (вклад -2млн.руб.) – Поправка 3
5	Финансирование	рыночное	рыночное
6	Размер участка	Сопост.	сопоставимый
7	Гараж	есть	есть
	Итоговая коррек-тировка		(-3+10-2)=+5 млн.руб.
	Скорректированная стоимость		35 млн. руб.

2. Виды и методы определения поправок

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Особенность внесения поправок состоит в том, что различия в характеристиках объектов оцениваются с точки зрения типичного покупателя. Поэтому поправка по какой-либо характеристике стоит не обязательно столько, сколько было затрачено на создание (или ликвидацию) этой характеристики.

Например, затраты на покраску дачи составили X тыс.руб., однако дача в результате этой покраски существенно преобразилась и типичный покупатель готов будет заплатить за эту покраску 2X тыс.руб. Таким об-разом, правильная величина поправки составит 2X тыс.руб.

$$K = P + \sum D$$

Методы определения поправок

Количественные

анализ парных продаж

регрессионный анализ

Качественные (персональные интервью и т.п.)

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

1. Анализ парных продаж

Способ заключается в сопоставлении и анализе нескольких пар сопоставимых продаж.

При этом парными продажами называются продажи двух объектов недвижимости, которые почти идентичны, за исключением одной характеристики, которую эксперт-оценщик должен оценить, чтобы использовать ее в качестве поправки к фактической цене сопоставимого объекта.

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Анализ парных продаж: на основе имеющейся информации вычисляются разности между ценой продажи сопоставимых объектов, отличающихся одной характеристикой. Усреднение вычисленных разностей (или среднее арифметическое, или мода, или медиана) позволяет определить величины поправки

Среднее арифметическое – вспомнить самим

Мода - значение признака, имеющее наибольшую частоту в статистическом ряду распределения

Медиана. Если все элементы выборки различны, то медиана — это такое число, что половина из элементов выборки больше него, а другая половина меньше.

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Анализ парных продаж: пример

Определение величины поправки на наличие сауны на даче с использованием метода анализа парных продаж (цена в условных единицах)

Объект	Номер пары				
	1	2	3	4	5
Дача с сауной	93000	83 500	90 000	88 000	92 000
Дача без сауны	77 000	68 000	73 500	72 750	76 000
Разница	93000 -77000 = 16 000	15 500	16 500	15 250	16 000

КАК ЗАПИСЫВАТЬ РЕШЕНИЕ ЗАДАЧ

Что считаем?

Как считаем? (формула)

Расчет

Результат

Размерность

Р = ДС – Д = 93000-77000 = 16000 усл.ед.

Объект	Номер пары				
	1	2	3	4	5
Дача с сауной (ДС)	93000	83 500	90 000	88 000	92 000
Дача без сауны (Д)	77 000	68 000	73 500	72 750	76 000
Разница (Р)	93000 -77000 = 16 000	15 500	16 500	15 250	16 000

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Объект	Номер пары				
	1	2	3	4	5
Дача с сауной	93000	83 500	90 000	88 000	92 000
Дача без сауны	77 000	68 000	73 500	72 750	76 000
Разница	16 000	15 500	16 500	15 250	16 000

Среднее арифметическое: Хср. = 1580

Мода (в дискретном ряду) – наиболее часто встречающаяся величина: 16000

Медиана - серединная варианта упорядоченного вариационного ряда, расположенного в возрастающем и убывающем порядке. Она является центральным членом и делит вариационный ряд пополам в тех случаях, если этот ряд нечетный. Если ряд четный, то серединные два члена вариационного ряда складываются и делятся пополам

15250 15500 **16000** 16000 16500

Величина поправки – 16000

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28708/1/5-8.pdf

2. Регрессионный анализ

Регрессионный анализ представляет собой процесс подбора математического выражения для функции нескольких независимых переменных (факторов).

Основной задачей регрессионного анализа является отыскание коэффициентов функции (параметров модели), которые определяют значимость (вес) каждого фактора при расчете значения зави-симой переменной, т. е. происходит формализация зависимости между изменениями цен объекта недвижимости и изменениями каких-либо его характеристик

$$Y = a1x1+a2x2+a3x3+\ldots$$

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28708/1/5-8.pdf

В целях оценки активов может применяться либо многофакторный, либо однофакторный регрессионный анализ.

В первом случае строится множественная регрессионная модель, описывающая зависимость стоимости оцениваемого объекта от нескольких независимых определяющих факторов, значения которых определяются из анализа рыночных данных.

Этими факторами могут быть как физические характеристики объекта (для объектов недвижимости: площадь, качество отделки и т.п.), так и характеристики его местоположения (удаленность от транспортных магистралей, экологическая обстановка и т.п.).

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28708/1/5-8.pdf

При однофакторном регрессионном анализе рассматривается зависимость переменной – стоимости единицы сравнения – от одной независимой (контролируемой) переменной.

Значения остальных независимых переменных считаются фиксированными.

В оценке недвижимости в качестве независимой переменной X обычно используется показатель «общая площадь», за зависимую переменную Y принимается показатель «стоимость 1м кв. общей площади».

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/28708/1/5-8.pdf

Пример 1

Зависимая переменная (У) - Стоимость квартиры в г. Санкт-Петербурге

Независимые переменные X1 – стоимость 1 кв.м. площади (тыс.руб.)

X2 – общая площадь, кв.м

x3 – площадь кухни, кв.м

x4 – число комнат в квартире,ед.

x5 – удаленность от станции метро, км.

$$Y = 820{,}69 + 9{,}007X1 + 2{,}951X2 – 3{,}14X3 + 18{,}127X4 – - 1{,}1352\ x5$$

Пример 2

Необходимо определить величину поправки при оценке рыночной стоимости земельного участка, расположенного в 30 км от КАД по Таллиннскому шоссе. В качестве аналогов были выбраны земельные участки, распложенные вблизи от Таллиннского шоссе.

На основе информации о продажах аналогичных земельных участков был проведен корреляционно-регрессионный анализ и была выявлена линейная зависимость цены 1 сотки земельного участка (Vc, руб) и удаленности от города (L, км):

$$Vc = -120{,}75 * L + 14970{,}78$$

Пример 2

Величина корректировки на удаленность от города, исходя из существующей зависимости изменения цен продаж в зависимости от изменения расстояния от города (Пуд):

$$Пуд = \Delta Vc = f(\Delta L) = -120{,}75 * \Delta L$$

$$\Delta L = Lоц - Lан$$

где Lоц, км – расстояние до города от оцениваемого объекта; Lан, км – расстояние до города от аналога (сопоставимого объекта)

Пример 2

Исходные данные

Характеристики	Оцениваемый объект	Аналоги (сопоставимые объекты)				
		1	2	3	4	5
Удаленность от КАД, км	30	45	30	30	20	50

Пример 2

Расчет поправок на удаленность от города на основе статистической закономерности:

П1 = (-120,75)*(30-45) = +1181,25 руб.

П2 = 0

П3 = 0

П4 = (-120,75)*(30-20) = -1207,5 руб.

П5 = (-120,75)*(30-50) = +2415,0 руб.

Пример 2

Поправки на удаленность

Характеристики	Оцениваемый объект	Аналоги (сопоставимые объекты)				
		1	2	3	4	5
Удаленность от КАД, км	30	45	30	30	20	50
Поправка на удаленность от города, руб.	-	+1181,25	-	-	-1207,5	+2415,0

Расчет поправки: 1) мода: нет

2) медиана: + 1181,25 усл. ед./км

3) средняя арифметическая +796,25 усл.ед./км

Виды поправок

Поправки в денежном выражении - суммы, прибавляемые (или вычитаемые) к продажной цене каждого сопоставимого объекта

Процентные поправки -используются если трудно определить поправку в рублях. Используются при поправках на время (между датой оценки и датой продажи), на особенности финансирования сделки и местоположение.

Поправка в форме общей группировки нескольких объектов -используется обычно на развитом рынке, где имеется большое число продаж. Большое число сделок по относительно сопоставимым объектам позволяет сузить рыночный разброс цен и не производить отдельные поправки, а сравнивать объект с группой.

Кумулятивные процентные поправки - определяются путем перемножения всех индивидуальных процентных поправок.

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Процесс внесения поправок

Внесение поправок в цены продаж сопоставимых объектов осуществляется после того, как все элементы сравнения между сопоставимыми и оцениваемыми объектами определены и различия оценены либо в процентах, либо в рублях (или в иной валюте в соответствии с требованиями

Если сравниваемый элемент в сопоставимом объекте лучше, чем в оцениваемом объекте, то поправка берется со знаком "–" (отрицательная поправка), если сравниваемый элемент в сопоставимом объекте хуже, чем в оцениваемом, то поправка берется положительная, т.е. со знаком "+".

Порядок внесения поправок

Если поправки к цене сопоставимых объектов имеют стоимостное выражение, то неважно, в какой последовательности они будут вноситься.

Если поправки выражены в процентах, то последовательность их внесения будет влиять на стоимость оцениваемого объекта. Первая поправка, выраженная в процентах, умножается на цену продажи сопоставимого объекта. Вторая процентная поправка умножается на скорректированную цену, а не на первоначальную цену.

Рекомендации Института оценки США по порядку внесения поправок

1. Имущественные права: поправка учитывает разницу в наборе прав, передаваемых в сделке

2. Финансовые условия: поправка учитывает разницу в условиях финансирования сделки (оплата наличными, безналичный расчет, с использованием заемных средств, ипотечный кредит и проч.)

3. Условия продажи: учитывает взаимосвязь продавца и покупателя и возможные скидки в цене продажи

4. Время: учитывает изменение рынка со времени сопоставимой продажи до даты оценки

5. Местоположение: учитывает поправки на местоположение сопоставимой продажи и оцениваемого объекта

6. Физические характеристики: каждое отличие в физических характеристиках должно быть учтено при проведении оценки

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Согласование данных при использовании метода анализа продаж

Итоговая величина стоимости оцениваемого объекта недвижимости получается в результате согласования скорректированных цен продаж сопоставимых объектов.

В практике оценки итоговая величина оцениваемого объекта чаще всего рассчитывается как средневзвешенная величина скорректированных цен сопоставимых объектов.

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2005/alenich.pdf

Средняя арифметическая взвешенная

Если объем совокупности данных большой и представляет собой ряд распределения, то исчисляется взвешенная среднеарифметическая величина.

$$X = \sum X_i n_i / \sum n_i$$

Взвешенная средняя арифметическая — равна отношению (суммы произведений значения признака X_i к частоте повторения данного признака ni) к (сумме частот всех признаков).Используется, когда варианты исследуемой совокупности встречаются неодинаковое количество раз.

Пример

Необходимо определить стоимость 22-квартирного жилого дома. Имеется рыночная информация о трех недавних продажах сопоставимых жилых домов, имеющих сходные размеры и планировочные решения квартир. Темпы роста цен на данный вид недвижимости на местном рынке составили 0,5 % в месяц. Удаление объекта от станции метро снижает его стоимость на 0,18 млн.руб.

Таблица 1 - Исходные данные по сопоставимым объектам

Сопоставимый объект	**Продажная цена, млн. руб..**	**Число квартир**
Дом № 1 (дата продажи – три месяца назад)	36	26
Дом № 2 (дата продажи – шесть месяцев, льготное финансирование)	45	32
Дом № 3 (продан два дня назад)	26	18

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

Сравнение характеристик оцениваемого объекта
и объектов-аналогов

ПРАВИЛО

Если сравниваемый элемент в сопоставимом объекте лучше, чем в оцениваемом объекте, то поправка берется со знаком "–" (отрицательная поправка), если сравниваемый элемент в сопоставимом объекте хуже, чем в оцениваемом, то поправка берется положительная, т.е. со знаком "+".

1. Сравнительный анализ продаж (метод анализа продаж)

Сравнение характеристик оцениваемого объекта
и объектов-аналогов

Характеристика	Влияние на стоимость оцениваемого объекта	Величина изменения стоимости для объекта № 1 (млн. руб.)
Ландшафт местности, в которой расположен дом № 1, лучше объектов № 2,3 и оцениваемого	Снижение	-0,38
Шаговая доступность от гипермаркета имеется для оцениваемого объекта и объекта № 3, отсутствует для дома № 1, № 2	Увеличение	+0,4
Мусоропровод имеется в объектах № 1,2, не имеется в объекте № 3	Не влияет	0
Станция метро в одном квартале от оцениваемого объекта, трех кварталах от дома № 2, четырех кварталах от дома № 1	Увеличение	0.18*3 = 0,54 +0.54
Продажа квартир в объекте № 3 производилось	Снижение	0

Внесение поправок при определении стоимости объекта

Расчет стоимости оцениваемого объекта

Характеристика	Оцениваемый объект	Дом № 1	Дом № 2	Дом № 3
Цена продажи	?	36	45	26
Дата продажи	Настоящее время	+0,54 (3*0,005*36)	+1,08 (6*0,005*45)	0
Ландшафт	Удовлетворительный	-0,38	0	0
Мусоропровод	есть	0	0	+0,9
Финансирование	рыночное	0	-0,9	0
Местоположение		+0,54	+0,72	0
Уточненная цена продажи		36,7	45,9	26,9

Внесение поправок при определении стоимости объекта

Расчет стоимости оцениваемого объекта

Определение весов важности объектов (критериев) для значения оцениваемого объекта :

Простейший способ определения – интуитивный (экспертный)

Дом № 1 по своим характеристикам в большей степени, чем остальные объекты соответствует оцениваемому.

Его вес важности примем равным 2, веса важности остальных объектов – равными 1

Стоимость оцениваемого объекта = (2*36,7 + 45,9 + 26,9)/4 = 36,55

Средняя цена одной квартиры = 36,55/22 = 1,66 млн.руб.

3. Метод валового рентного мультипликатора

Расчет стоимости объекта недвижимости с помощью валового рентного мультипликатора

Способ расчета относится к рыночным способам оценки арендуемого объекта недвижимости, приносящего доход.

1. Определяется годовая арендная ставка для данного объекта

2. Рассчитывается **валовой рентный мультипликатор** (GRM) исходя из рыночных данных последних продаж сопоставимых объектов недвижимости как **отношение продажной цены к потенциальной валовой ренте**

3. Годовая арендная ставка для оцениваемого объекта умножается на валовой рентный мультипликатор, рассчитанный на базе сопоставимых объектов

Достоинства метода GRM

Не производится корректировка цен на различия, имеющиеся между сопоставимыми и оцениваемым объектами (если между сопоставимыми объектами и оцениваемым объектом имеются различия, то они отражены в продажной цене и в размере годовой арендной ставки)

метод оценки объектов недвижимости прост и удобен на практике, особенно в условиях дефицита достоверной информации о продажах

Ограничения по использованию метода GRM

1. Оцениваемый объект должен находиться в таком секторе рынка недвижимости, в котором регулярно продаются и покупаются сопоставимые объекты на основе их валовой выручки

2. Поскольку корректировка составляющих валового рентного мультипликатора не производится, метод считается недостаточно чувствительным к разнице в рисках, нормах возврата капитала и в чистых доходах между сопоставимыми и оцениваемым объектами

Пример расчета стоимости объекта недвижимости с помощью валового рентного мультипликатора

Расчет пообъектных значений валового рентного мультипликатора

Сопоставимый объект	Продажная цена, млн.руб (С)	Потенциальная валовая рента , млн.руб. R	Валовой рентный мультипликатор (GRM=C/ R)
Дом № 1	36	6,00	6,00
Дом № 2	45	7,75	5,81
Дом № 3	26	4,25	6,12

Среднее значение GRM= (6,00 + 5,81 + 6,12) / 3 = 5,98

Потенциальная валовая рента оцениваемого объекта (R) 5,7 млн. руб.

Рыночная стоимость объекта = R*GRM = 5,7*5,98 = 34,086 млн.руб.

Расчет стоимости объекта недвижимости с помощью общего коэффициента капитализации

Метод основан на прямой капитализации дохода, полученного от эксплуатации данного объекта.

Прямая капитализация определяется приведением ожидаемой прибыли от эксплуатации оцениваемого объекта к текущей стоимости путем деления ее на общий коэффициент капитализации.

К = Прибыль/Продажная стоимость объекта

Общий коэффициент капитализации отражает преобладающее соотношение между прибылью и продажной ценой для сопоставимых объектов, проданных на рынке.

Достоинства способа оценки с помощью общего коэффициента капитализации

Способ позволяет исключить недостатки, присущие способу валового рентного мультипликатора, так как в данном способе отбираются сопоставимые объекты, характеризующиеся потоками доходов, схожими по риску и продолжительности с потоками доходов оцениваемого объекта.

Пример расчета стоимости объекта недвижимости с помощью общего коэффициента капитализации

Определить стоимость магазина, ожидаемая годовая прибыль (PF) от которого 38 млн.руб.

Таблица 3 - Информация об объектах-аналогах и расчетные данные

Сопоставимый объект	Прибыль П, млн. руб.	Продажная цена С, млн. руб.	Коэффициент капитализации (k_i) П/С
Магазин № 1	42	360	0,116
Магазин № 2	45	450	0,100
Магазин № 3	31	260	0,119

Пример расчета стоимости объекта недвижимости с помощью общего коэффициента капитализации

Средний коэффициент капитализации:

$Kk = (k_1 + k_2 + k_3)/3 = (0{,}116 + 0{,}100 + 0{,}119)/3 = 0{,}112$

Оценочная стоимость магазина – объекта оценки:

$Pr = PF/Kk = 38/0{,}112 = 339{,}29$ млн. руб.

Практикум по методу анализа продаж

1. Определить значение поправки на наличие подземного паркинга (млн.руб.)

Объект	Пара 1	Пара 2	Пара 3	Пара 4	Пара 5
Жилой дом с паркингом	800	116	134	97	67
Жилой дом без паркинга	760	102	125	84	65

Практикум по методу анализа продаж

2. Базовая рыночная стоимость объекта недвижимости 1700 тыс. р. Эксперт-оценщик считает, что оцениваемая недвижимость на 3 % лучше по своему состоянию, но на 2 % хуже из-за ее местоположения. Определите стоимость объекта недвижимости.

Практикум по методу анализа продаж

Определить стоимость объекта

Показатели	Аналог 1	Аналог 2	Аналог 3	Аналог 4	Аналог 5	Аналог 6	Аналог 7	Оцениваемый объект
Цена продажи, млн. руб.	25,2	35,4	32,4	26,2	46,2	34,2	45,6	**34.86**
Подземный паркинг	нет	нет	есть	нет	есть	есть	нет	есть
Сауна	нет	есть	нет	нет	нет	есть	нет	есть
Ландшафт	хуже	хуже	лучше	аналог	аналог	хуже	хуже	
Шаговая доступность от метро, наличие остановки транспорта рядом	Метро в 3-х остановках, остановка транспорта	Шаговая доступность метро	Метро в 6 остановках, остановка транспорта в 2	Метро в 2-х остановках, остановка транспорта	Шаговая доступность метро	Метро в 2 остановках, остановка транспорта в 2	Шаговая доступность метро	Метро в 7 остановках, остановка транспорта в 3

Благодарю за внимание!