

П.	Слуцкий	Шогин
1	Целью анализа рынка является формирование и обоснование предпосылок для доказательственного определения рыночной или иной стоимости. Отсутствие в отчёте таких предпосылок исключает получение достоверного результата оценки	
2	Анализ рынка должен быть проведён в таком объёме, который позволит пользователю составить полное представление об общей ситуации с ценами, ставками аренды и, при необходимости, с затратами на создание объектов недвижимости в месте нахождения объекта оценки в дату оценки, включая кластеризацию цен, ставок аренды и, при необходимости, затрат на создание объектов недвижимости в сегменте объекта оценки.	Анализ рынка должен быть проведён в таком объёме, который позволит оценщику либо пользователю отчета составить полное представление об общей ситуации с ценами, ставками аренды, включая кластеризацию цен, ставок аренды и, при необходимости, с затратами на создание аналогичных (сопоставимых) объектов недвижимости в месте нахождения объекта оценки в дату оценки.
3	Оценщик должен исходить из того, что доверие потребителя к результату оценки снижается или полностью теряется, когда он обнаруживает, что картина рынка, которая ему представлена в отчёте об оценке, является не полной, и от него (умышленно или по причине недостаточного объёма проведённой работы) скрыта некоторая информация, которая с его точки зрения может оказать существенное влияние на результат оценки.	Объём проводимого оценщиком исследования рынка определяется оценщиком самостоятельно, но в любой случае должен быть достаточным для доказательственных выводов о выявленных зависимостях, соотношениях, и диапазонах цен, о ценообразующих факторах
4	Анализ рынка рассматривается, как единственная реально – рыночная база выбора объектов – аналогов, из которой непосредственно и вытекает оценка. Поэтому не допускается рассматривать анализ рынка, как набор формальных действий, не имеющих существенного практического значения (в частности, не используемых в оценке).	
5	Анализ рынка, проводимый лично оценщиком (или иным лицом, фактически участвующим в подготовке отчёта об оценке) в месте оценки и на дату оценки, представляет собой анализ первичных рыночных данных, и не может быть подменён копированием или компиляцией вторичных рыночных данных. При этом вторичные рыночные данные могут быть использованы для подтверждения первичных рыночных данных или в случаях, когда усилия оценщика не приводят к обнаружению первичных рыночных данных.	Анализ рынка в месте оценки, на дату оценки и в период до даты оценки, проводится оценщиком лично (или иным лицом, участвующим в подготовке отчёта об оценке) и представляет собой анализ первичных рыночных данных. Анализ рынка не может быть подменён копированием или компиляцией вторичных рыночных данных. При этом

		вторичные рыночные данные могут быть использованы для подтверждения первичных рыночных данных при условии, если вторичные данные содержат первичную рыночную информацию, подвергнутую анализу. Прим: а если оценщик ничего не нашел, то даже в этом случае не имеет права пользоваться справочниками, не включающих первичную инфу.
6	Данные об экономическом положении Российской Федерации, региона, муниципального образования, в котором находится объект оценки, могут быть включены в анализ рынка только в том случае, если они реально будут использованы в процессе оценки. При необходимости, оценщик может не включать такие данные в раздел анализа рынка, а включать их в соответствующем месте далее, в разделах, описывающих процесс оценки.	Анализ рынка в месте оценки, на дату оценки и в период до даты оценки, проводится оценщиком лично (или иным лицом, участвующим в подготовке отчёта об оценке) и представляет собой анализ первичных рыночных данных. Анализ рынка не может быть подменён копированием или компиляцией вторичных рыночных данных. При этом вторичные рыночные данные могут быть использованы для подтверждения первичных рыночных данных при условии, если вторичные данные содержат первичную рыночную информацию, подвергнутую анализу. Прим: а если оценщик ничего не нашел, то даже в этом случае не имеет права пользоваться справочниками, не включающих первичную инфу.
7	Процесс анализа рынка осуществляется посредством кластерно – корреляционного анализа для удельных цен предложения на продажу, запрашиваемых ставок аренды, а также, в необходимых случаях, затрат на создание аналогичных объектов недвижимости..	Процесс анализа рынка осуществляется посредством кластерно – корреляционного или иного анализа удельных цен сделок, а при их отсутствии или недостаточности – цен предложения на продажу, предлагаемых ставок аренды, а также, в необходимых случаях,

		затрат на создание аналогичных объектов недвижимости.
8	В процессе кластерно – корреляционного анализа изначально предполагается, что на ценообразование в сегменте рынка, к которому принадлежит объект оценки, оказывает влияние очень ограниченное количество ценообразующих факторов.	
9	Ценовой кластер представляет собой однородные группы объектов с единым ценообразованием. Разница между ценовыми кластерами, как правило, выражается в непересекаемости интервалов удельных цен, ставок аренды или удельных затрат. В некоторых случаях эти интервалы могут пересекаться, что, как правило, имеет рационально – логические объяснения. При этом разница мер центральной тенденции по интервалу (среднее, медиана, середина интервала, значение, полученное согласованием с помощью метода наименьших квадратов, иное) является заметной и существенной.	
10	Для корректного проведения анализа рынка необходимо правильно определить сегмент рынка, к которому относится объект оценки. При этом следует ориентироваться не только (и не столько) на общие представления о разделении рынка на сегменты, но и на то разделение, прежде всего – ценовое, которое сложилось в области рынка, в которой проводится анализ. В частности, разница в ценах объектов офисного и торгового назначения в одних местах может иметь ярко выраженный характер, а в других нет. Соответственно, в первом случае имеют место два разных сегмента рынка – офисный и торговый, а во втором один сегмент – офисно – торговый.	
11	Анализ рынка для показа не случайности имеющей место ценовой ситуации (тенденции) <i>Прим: сюда перенес часть предложения, для более удобного восприятия.</i> должен проводиться на возможно большем и не менее, чем достаточном (см. п. XX настоящего Федерального Стандарта – в сравнительном подходе), количестве объектов из того же сегмента рынка, что и объект оценки. В целом, необходимо исходить из того, что анализ рынка, который полностью соответствует такому подходу, должен по возможности включать практически весь объём предложения в определённой оценщиком области исследования рынка, но, как минимум, более его половины. Кроме того, надо исходить из того, что ценовой кластер, к которому относится объект оценки, также должен включать в себя не менее половины предложения объектов, относящихся к этому кластеру, что является важным уже непосредственно для процесса оценки	Половина, это, конечно, хорошо. Но как доказывать, что не менее половины. А если у другого оценщика другие половины? Полагаю, оценщик должен раскрыть все источники, по которым искал, и дать заверение о том, что представленный объём составляет не менее половины.
12	Выполнение указанного в п. 10 требования является основанием утверждать, что полученные результаты анализа рынка (а в дальнейшем и оценки) отражают рынок адекватно и репрезентативно. При этом какие-то объекты в ходе анализа возможно и будут упущены оценщиком, но их добавление, если оно случится в процессе оппонирования заинтересованным лицом, никакого существенного (-камень преткновения – сколько??. Где-то и 10тр доведут до скамьи. Если мы никаких собственных ориентиров не предложим – как бы пока это невозможно, то может быть дать отсылку к , например, среднему уровню существенности, согласно сложившейся судебной практике) для оценки изменения рыночной картины не произведёт	
13	В процессе анализа необходимо охватить рынок в исследуемой области как можно шире. В частности, не следует ограничиваться включением в анализ объектов максимально похожих на объект оценки по физическим и/или локационным характеристикам. Это обусловлено тем, что необходимо рассмотреть как можно большее количество объектов, так и с тем, что внешнее различие объектов по физическим и локационным характеристикам редко приводит к различию в их ценообразовании.	здесь бы я добавил – Анализ могут подвергаться известные цены сделок с объектом оценки при наличии условий, позволяющих оценщику делать вывод о наличии рыночных условий сделок.

14	<p>Область рынка, которую необходимо охватить анализом, определяется требованием к количеству объектов, которые должны быть включены в анализ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в одном случае это может быть одно отдельно взятое здание, в котором на продажу и/или в аренду экспонируется по десятку и более объектов (в этом случае в анализ необходимо включить данные по ценам и ставкам аренды объектов сегмента рынка, к которому принадлежит объект оценки, расположенных поблизости) • в другом - некоторая область вокруг объекта оценки (в этом случае в анализ необходимо включить данные по ценам и ставкам аренды объектов более высокого и более низкого классов сегмента рынка, к которому принадлежит объект оценки), • в третьем – весь субъект Федерации за исключением или без исключения регионального центра, • в некоторых случаях может понадобиться анализ в масштабе всей страны. 	
15	<p>В процессе анализа рынка требуется представить пользователю картину рынка более широкую, нежели требуется непосредственно для оценки. Это является ключевым требованием, обеспечивающим доказательственный характер оценки и превентивно предотвращающим возможные недобросовестные претензии к отчёту об оценке. Требуемая для показа пользователю картина должна включать как более дорогие, так и более дешёвые кластеры, имеющие место в сегменте объекта оценки на дату оценки и в месте оценки.</p>	<p>чес говоря, сомневаюсь. Понятно, для собственной подстраховки подобное необходимо, но вот следует ли включать в отчет? Иначе поэмы получатся. Может быть сформулировать с несколько иным смыслом? – При подготовке отчета анализ рынка проводится широко, но в отчет могут включаться результаты анализа, достаточные для формирования выводов и проведения оценки. Результаты полного (более широкого анализа) могут храниться оценщиком отдельно от отчета.</p>
16	<p>Полученная картина рынка должна позволить оценщику однозначно определить ценовой кластер, к которому относится объект оценки. Это позволит предотвратить возможные спекуляции недобросовестного оппонента рыночными данными.</p>	
17	<p>В случае, если на рынке в сегменте, к которому относится объект оценки, на дату оценки наблюдается только один кластер, в анализ рынка необходимо включать объекты из других сегментов рынка (более дорогих и более дешёвых), т.е. производить сопоставление цен объектов из сегмента рынка, к которому принадлежит объект оценки, и объектами их других сегментов.</p>	
18	<p>Результаты анализа рынка должны быть визуализированы посредством точечных диаграмм рассеяния данных в координатах «цена (арендная плата, затраты на создание) – площадь» или иных уместных координатах, а также аппроксимирующими трендами на представленных точечных диаграммах, демонстрирующих ценовые кластеры, которые имеют место в сегменте рынка, к которому принадлежит объект оценки, в месте его нахождения.</p>	
19	<p>Кластеризация сегмента рынка в месте и на дату оценки будет означать выявление групп (классов) объектов, принадлежащих к одному сегменту рынка, в отношении которых с разумной степенью</p>	

	достоверности можно предполагать полное или почти полное единство ценообразования внутри каждого кластера.	
20	В процессе анализа для оценщика предпочтительно дать объяснение различия удельных цен, ставок аренды и затрат на создание объектов в выявленных кластерах. В отдельных случаях, когда найти рационального объяснения наблюдающихся различий может не удаётся, необходимо исходить из того, что главной задачей оценщика в процессе анализа рынка является не объяснение всей рыночной (что предпочтительно, но не обязательно), а определение того ценового кластера, к которому относится объект оценки.	
21	Главным результатом анализа рынка должно стать определение ценовых кластеров по ценам, ставкам аренды и, при необходимости, затратам на создание, к которому относится объект оценки. Это позволит осуществить логически полностью обоснованный переход от процесса анализа рынка непосредственно к процессу оценки.	
22	Однозначным указанием на конкретный ценовой кластер, к которому принадлежит объект оценки, являются «ценовые якоря» - объекты того же сегмента рынка, что и объект оценки, расположенные в том же здании, в зданиях поблизости, в том же малом населённом пункте, в коттеджных посёлках того же класса, что и объект оценки и т.п. Таким указанием также может быть расположение объектов некоторого ценового кластера относительно важного фактора ценообразования, например – выход земельных участков на федеральную автомагистраль или на второстепенную автодорогу.	
23	Объединение результатов кластерно – корреляционного анализа цен и ставок аренды позволяет осуществить оценку ставки капитализации в сегменте рынка, к которому принадлежит объект оценки, в месте расположения объекта оценки (см. п. XX настоящего Федерального Стандарта – про ставки капитализации).	
24	Анализ рынка должен содержать ссылки на все использованные источники данных, включая ссылки на страницы с объявлениями о продаже, аренде объектов недвижимости, либо копии источников информации .	
25	Результаты анализа рынка должны быть представлены в табличной или иной форме, позволяющих получить наглядное представление о: выявленные кластеры удельных цен, ставок аренды, при необходимости, удельных затрат на создание объектов недвижимости в сегменте объекта оценки; интервалы и наиболее вероятные значения указанных параметров; интервала и наиболее вероятные значения норм вакансий в сегменте объекта оценки; интервала и наиболее вероятные значения величин удельных расходов на содержание (эксплуатационные расходы и коммунальные платежи) объектов недвижимости в сегменте объекта оценки; интервала и наиболее вероятные значения ставок капитализации объектов недвижимости в сегменте объекта оценки; иные данные по усмотрению оценщика.	