Стоимость общественных интересов и ее оценка

Владислав Мягков, CCIM

22 января 2019 г.

Содержание

При обосновании государственных или муниципальных проектов и при текущем управлении муниципальной и государственной собственностью требуется учитывать ***стоимость общественных интересов*.**

Эффективность государственных, муниципальных и общественных недоходных организаций полезно оценивать на основе их ***общественной стоимости***.

Содержание

1. Введение.
2. Ледовые арены: материалы для оценки, оценка
3. Горнолыжные центры
4. Плавательные бассейны

Определения и стандарты

Сразу же отмечаем важное обстоятельство: концепции двух видов стоимости –

общественной стоимости (Public Value)
и
стоимости общественных интересов (Public Interests Value, Public Use Value) -

Обсуждаются в международном сообществе уже более 30 лет, однако ни в один стандарт оценки они пока не вошли, поскольку не выработаны единые определения этих видов стоимости, и нет всеми признанных методик их оценки. Далее излагается состояние вопроса на начало 2019 года.

Определения

Общественная стоимость (Public Value) – это денежная величина, отражающая эффективность существования и работы общественной недоходной компании (государственной, муниципальной, какого-либо общественного фонда или организации).

Проблема состоит в том, что такие компании финансируются, ведут управленческую и финансовую отчетность, как и частные компании, однако целей получать доходы и прибыль у них нет. Такие компании называются «неприбыльными»*, у них нет акционеров, и они имеют особый налоговый статус и бухучет. Вопрос – как оценить денежной величиной эффективность работы такой «принципиально неприбыльной» организации? Концепция *общественной стоимости* призвана помочь решить эту проблему.

Стоимость общественных интересов (Public Interests Value, Public Use Value) - расширенное понятие справедливой стоимости материальных и нематериальных активов, при расчете которой исследуют не только доходные виды НиНЭИ объекта, но также и способы внеэкономического, недоходного общественного использования, за которые готово «заплатить» общество - государство, регион, муниципалитет, общественная организация, общественный фонд.

Стоимость общественных интересов можно применять ко всем типам материальных и нематериальных активов, наилучшее и наиболее эффективное использование которых можно (нужно, разумно, желательно) определять не только по вариантам их доходного использования, но и по недоходным вариантам для общественных целей.

---

* nonprofit или not-for-profit organizations, см. https://www.investopedia.com/terms/n/non-profitorganization.asp

Определения и обоснования

Более чем 30-летнее обсуждение продолжается вокруг двух основных концепций СОИ.

Первая «конструктивная, формальная» СОИ1: при оценке ННЭИ в список рассматриваемых вариантов включаются не только идущие от участников рынка, но и варианты от заявок/планов государственных, муниципальных структур и общественных организаций, готовых приобрести объект или реализовать проект.

Вторая концепция СОИ2 – «общественных ценностей». В такой интерпретации СОИ призвана оценить в денежном выражении *качественные* характеристики земельных участков, объектов недвижимости, проектов строительства такие как: *ценность для общества*, *природная ценность* (*геологическая, экологическая, биологическая*), *историческая, культурная, этнографическая, эстетическая* ценность объекта или территории. В отличие от перечисленных качественных категорий, стоимость общественных интересов, как и любая другая стоимость, должна выражаться денежной величиной. В этом и состоит проблема концепции – по возможности объективно оценить денежной величиной качественные характеристики («ценности»). В СССР был аналог - «комплексная экономическая оценка».

В отличие от второй «ценностной концепции» при оценке СОИ1 по первому варианту от оценщика не требуется самому «измерять и взвешивать» характеристики и признаки «ценностей». Государственный, муниципальный, общественный заказчик уже имеет план, планы или проект использования объекта.

Определения и обоснования

Оценщики, как специалисты по стоимостям, внедряя новый вид стоимости должны следовать Международному стандарту оценки IVS-104 (Обоснования стоимости), который содержит достаточно подробные указания по обоснованиям видов стоимости.

Обоснование выбора и применения стоимости определенного вида

Одной формулировки определения какой-либо стоимости недостаточно для того, чтобы оценщики и пользователи могли однозначно трактовать, рассчитывать, проверять и использовать результат оценки этой стоимости. Поэтому международные стандарты оценки ввели в употребление и настоятельно рекомендуют пользоваться понятием «***Обоснования стоимости***»*.

---

* Термин «Bases of value» из Международных стандартов оценки на русский язык бездумно переводят как «Базы стоимости». Правильный перевод - «Обоснования стоимости», а не «базы». Объяснения в этом разделе.

Определения и обоснования

В соответствии со стандартом МСО-2017 IVS-104 (Обоснования стоимости)

Обоснования (или обоснование) какой-либо стоимости – это единый комплекс взаимосвязанных понятий и практик включающий:

а) определение данного вида стоимости,
б) требования идентификации объектов оценки, к которым применяется этот вид стоимости
в) соответствие цели оценки данному виду стоимости,
г) методику (методики) денежной оценки данного вида стоимости,
д) источники данных, необходимых для оценки
е) стандарт представления результатов оценки,
ж) способы использования результатов оценки (кем, как и в каких целях).

Часто обоснование того или иного вида стоимости определяется законодательным или нормативным актом, частным контрактом или иным документом. Эти обстоятельства должны быть указаны и, соответственно, применены оценщиком при обосновании оцениваемого им вида стоимости

Пример: общественные и частные спортивные сооружения

Крупные ледовые или футбольные стадионы, рассчитанные на тысячи зрителей, с коммерческой точки зрения являются малодоходными объектами. Доходы от их эксплуатации недостаточно велики, чтобы в приемлемый для частного инвестора срок окупить затраты на приобретение земли, создание и управление.

Если, тем не менее, государство, регион или муниципалитет решают строить стадион, то это означает, что стоимость общественных интересов превышает полные затраты на сооружение объекта. Разница между ***сметной стоимостью*** (затратами на строительство и содержание) и ***рыночной стоимостью*** будущего стадиона определит необходимую часть невозмещаемых затрат бюджетных или иных общественных средств, часть из которых при определенных условиях может быть привлекательной для капиталовложений частных инвесторов, намеренных управлять объектом.

Является ли сметная стоимость в данном случае — стоимостью общественного использования? Ответ на этот вопрос зависит от доступности общественных источников финансирования разности между сметной и рыночной стоимостью будущего объекта. Если в бюджете есть необходимые суммы, прямо предназначенные для финансирования таких проектов, то да. Если прямо такой суммы нет, то потребуется привлечение

Ледовые арены

Крытые ледовые арены делятся на три категории:
- к***рупные комплекс***ы с трибунами от 5 до 20 тысяч зрителей (их еще называют *спортивно-концертный комплекс*, *ледовый дворец, большая спортивная арена*, *дворец спорта, универсальная арена и т.д.*);
- ледовые а***рены среднего масштаба*** с трибунами на 500-5000 зрителей;
- к***лубные ледовые арены*** без мест для зрителей.

У ле

Клубная арена на 3 тыс. зрителей

Игры Национальной хоккейной лиги (NHL) в США и Канаде проходят на 30 крупнейших аренах вместимостью от 16 до 21 тысяч зрителей:
3 арены вмещают более 16 000 человек, 6 арен более 17 000, 12 арен более 18 000, 7 арен более 19 000, 2 арены более 20 000,

Ледовые арены

Ледовые арены для керлинга и хоккея

Страна	Число действующих керлинг-арен	Численность игроков в керлинг (примерно)	Число хоккейных арен, 2017	Численность игроков в хоккей, 2017	Численность населения, млн. человек	ВВП на душу населения, 2017 US$**
Норвегия	20	3 000	40	6 177	5,2	59 300
Шотландия	28	>10 000		3 900	5,4	38 000
Швеция	36	5 000	356	63 900	9,9	49 100
Швейцария	48	>10 000	111	26 800	8,3	62 800
США	140	16 000	1 535	555 900	323,1	57 400
Канада	1322	1 200 000	3 300	631 200	36,4	44 000
Финляндия	39	3 400	260	76 000	5,5	45 700
Россия	7	< 1 000	560	105 000	144,2	23 160

Источники: https://www.statista.com/statistics/282353/countries-by-number-of-ice-hockey-rinks/
** Norwegian Curling Association. Concept Curling Rink. Technical and financial advice for building a curling rink. 2007.*
*** World Bank 2016*

Ледовые арены: затраты на строительство

Затраты на строительство небольших керлинг-арен.

Затраты на строительство клубной керлинг-арены	Арена на 2 дорожки	Арена на 4 дорожки
Страны ЕС		
Всего инвестиций (без НДС)	€ 1 550 000	€ 2 350 000
На 1 кв.м общей площади здания:	€ 2 000 - 2 500	€ 1 700 - 2 000
Затраты на строительство стандартной хоккейной клубной арены	Без трибун (места для 100 зрителей)	С трибунами на 200 мест
Россия		
Всего инвестиций (без НДС)	₽ 160 - 180 млн	₽ 250 - 300 млн
На 1 кв.м общей площади здания:	₽ 45 000 – 50 000	₽ 54 000 – 55 000

Источник:
https://www.rasf.ru/upload/pdfs/presentation_v2.08.pdf

Стоимость машин и оборудования составляет примерно 35% общих затрат для малой двухдорожечной керлинг-арены и 30% для большой, 4-хдорожечной.

По данным канадской компании HONCO, специализирующейся на строительстве ледовых стадионов, затраты на сооружение **комбинированной арены для хоккея и керлинга** общей площадью 4600 кв.м с подземной парковкой на 50 а/м и местами на 500 зрителей, составят для условий России примерно 300 млн рублей или 60 000 руб на 1 кв.м.

Ледовые арены: затраты на содержание

Электропотребление
По данным Канадской ассоциации инженеров холодильной промышленности - ASHRAE – обследование 450 ледовых арен провинции Квебек со стандартными хоккейными полями (26х61 м) общей площадью 3500 кв.м, на 500 зрительских мест, с кафе и раздевалками, показало, что затраты электроэнергии катка составляет в среднем 1500000 квт-часов в год (разброс от 900000 до 2400000 квт-часов).
По **данным обследований британских экспертов** в среднем энергопотребление ледовых арен общей площадью 3 500 – 4 500 кв.м. составляет 307,7 киловатт-часов на 1 кв.м. в год, или от 1 100 000 до 1 400 000 кВт-часов в год[1].
По данным обследований в Норвегии в среднем годовые затраты на энергообеспечение составляют для 4-х дорожечной клубной керлинг-арены «в минимальном исполнении» примерно 260 000 Квт-час (260- 360 кВт-час на 1 кв.м. в год), на сумму около 22 500 евро в год.

[1] **Примерная структура затрат на содержание 4-х дорожечной керлинг ледовой арены, Норвегия.**
Energy use in sports and recreation buildings. Energy consumption guide, BRECSU, 2009.

Статья затрат	Доля от общих затрат
Электроснабжение	27%
З/п обслуживающего персонала	50%
Водоснабжение	4%
Канализация	3%
Расходные материалы, уборка, техобслуживание	8%
Прочие затраты (резерв на ремонт и воспроизводство)	8%
ИТОГО:	100%

Ледовые арены: источники финансирования

Источники финансирования
Крупные ледовые арены

- По данным специальных исследований по экономике спортивных сооружений в США и Канаде крупные спортивные сооружения, построенные за последние 40 лет, строились либо на бюджетные деньги города или штата, либо по схеме государственно-частного партнерства со значительными бюджетными вложениями. Например, статистика по 12 крупным ледовым дворцам в США, построенным с 1975 по 2015 г. Источники финансирования: 25% частные* капиталовложения, 47% - бюджет города, 15% - бюджет штата, 1-3% - из федеральных программ поддержки спорта, остальные 10-12% - безвозмездные пожертвования различных обществ, клубов и частных лиц*. (*Источник: Sport Facilities, A New Arena In Edmonton, And TheOpportunities For Development and A City's Image: Lessons From Successful Experiences. Mark Rosentraub, Ph.D. Канада*).

Небольшие клубные арены

Источники строительства клубной арены могут быть различными, но наиболее типичны следующие комбинации в различных сочетаниях:

- общественные фонды (муниципальный бюджет, спортивные союзы и федерации, лотереи, и т.п.);
- затраты клуба (собственные средства клуба, членские взносы, банковские кредиты, ит.п.);
- частные инвестиции* (спонсоры).

Способ управления - один из двух вариантов: сам клуб (один или несколько), управляющая компания.

**Частные инвесторы в общественно-значимые проекты спорта и здравоохранения получают налоговые освобождения на вложенные суммы. Кроме того, они могут купить «имя арены» .*

Ледовые арены: доходы

Крупные ледовые дворцы

Как показывает 50-летний опыт США, Канады и скандинавских стран, крупнейшие универсальные арены с трибунами на 5-10-20 тысяч зрителей при самом интенсивном использовании способны приносить чистого дохода не более 5% от совокупных затрат на строительство. Крупнейшие арены вместимостью 15-18 тысяч мест приносят не более 3 % чистого дохода: *(Sport Facilities, A New Arena In Edmonton, And TheOpportunities For Development and A City's Image: Lessons From Successful Experiences. Mark Rosentraub, Ph.D).*

Чтобы обеспечить экономическую эффективность крытых спортивных арен, их местоположение стараются выбирать так, чтобы в радиусе 40 минутной транспортной доступности проживало не менее 1 млн человек.

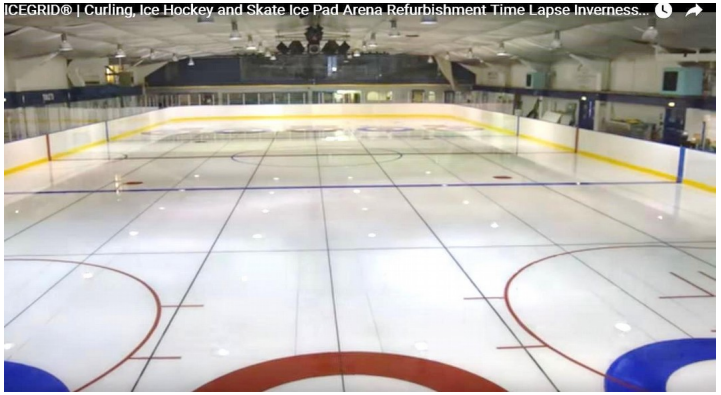
Управляют аренами, как правило, профессиональные управляющие компании, цель которых – обеспечить максимальную доходность сооружения. С этой же целью они строятся максимально универсальными – с ледовыми аренами, которые можно быстро преобразовать в баскетбольные или концертные площадки, в арены для родео (мото-родео) или цирка. Тем не менее, в городах Индианаполис, Сан-Диего, Колумбус, Лос-Анжелес (США) и Эдмонтон («новая Канадская хоккейная столица»), где налажены схемы финансирования таких сооружений, сложилось **«правило 30 лет» - примерный расчетный срок окупаемости подобных сооружений.**
Понятно, что продажа таких ледовых дворцов – операция очень специфическая, скорее это реструктуризация бюджетных долгов, поэтому про конечную доходность таких сооружений речи не идет.

Ледовые арены: доходы

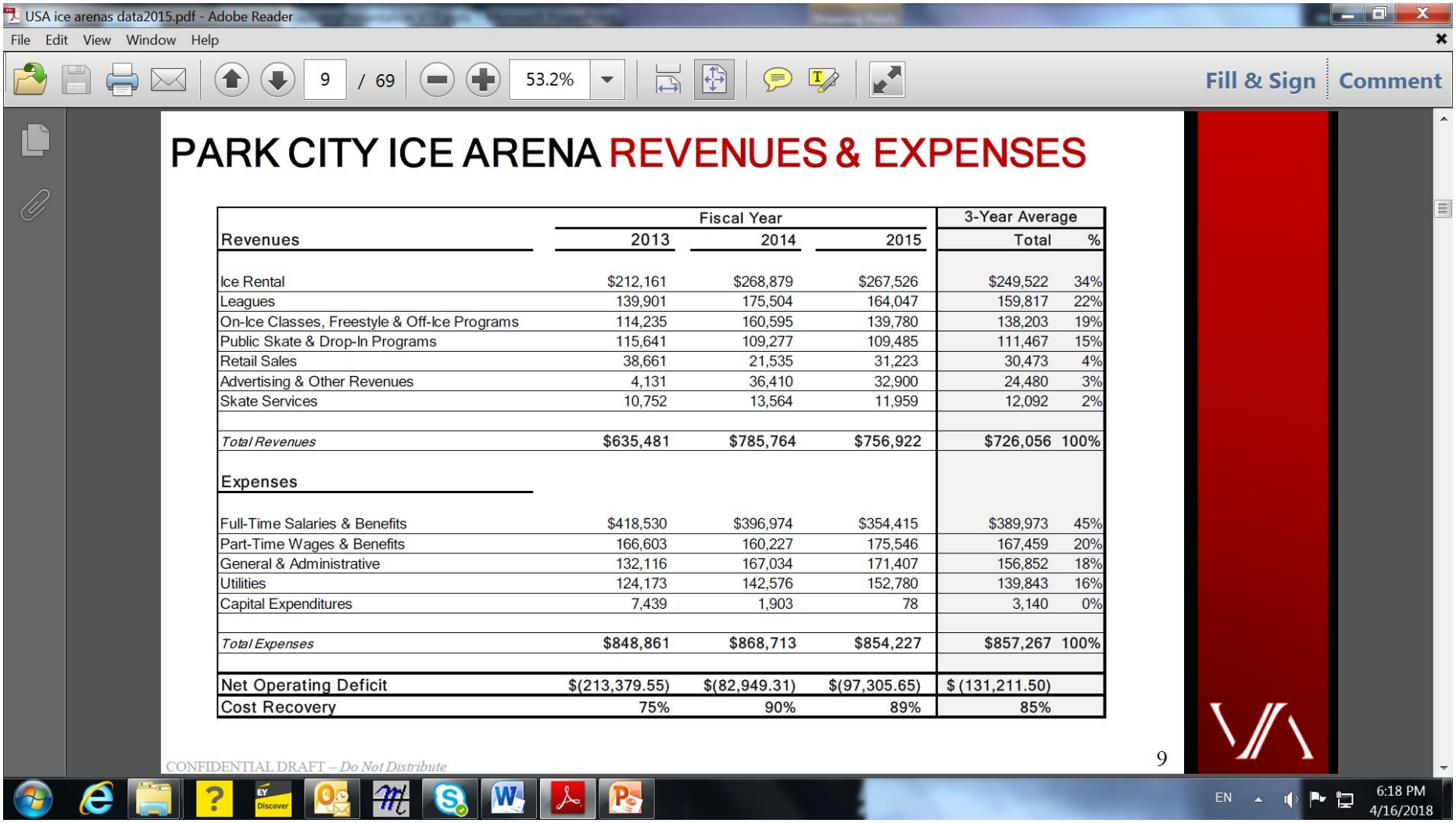
Небольшие клубные ледовые арены за рубежом.

Даже небольшие ледовые арены в максимально экономном исполнении без трибун для зрителей, сооружаемые на средства клуба или частного инвестора, могут в перспективе окупить затраты и приносить владельцу некоторый доход, только в том случае, если их удается построить без привлечения кредитов.

- По данным Швеции, Норвегии, Канады и США мы видим, что на средства частных инвесторов, а также средств спортивных ассоциаций и клубов сооружаются клубные ледовые арены в экономном исполнении, из легковозводимых конструкций, без трибун для зрителей или с трибунами не более чем на 500 человек, с минимумом вспомогательных помещений. Здание сооружается исходя из требований экономии затрат на энергоснабжение, теплоизоляцию и обслуживание.
- Ледовые арены относятся к наиболее энергоемким спортивным объектам: обычно годовых клубных членских взносов хватает только на оплату электроэнергии. Прочие затраты арены (на персонал, содержание, ремонт и капитальный резерв) приходится изыскивать, организуя коммерческую деятельность арены.



Ледовые арены: доходы



PARK CITY ICE ARENA REVENUES & EXPENSES

	Fiscal Year			3-Year Average	
Revenues	2013	2014	2015	Total	%
Ice Rental	$212,161	$268,879	$267,526	$249,522	34%
Leagues	139,901	175,504	164,047	159,817	22%
On-Ice Classes, Freestyle & Off-Ice Programs	114,235	160,595	139,780	138,203	19%
Public Skate & Drop-In Programs	115,641	109,277	109,485	111,467	15%
Retail Sales	38,661	21,535	31,223	30,473	4%
Advertising & Other Revenues	4,131	36,410	32,900	24,480	3%
Skate Services	10,752	13,564	11,959	12,092	2%
Total Revenues	$635,481	$785,764	$756,922	$726,056	100%
Expenses					
Full-Time Salaries & Benefits	$418,530	$396,974	$354,415	$389,973	45%
Part-Time Wages & Benefits	166,603	160,227	175,546	167,459	20%
General & Administrative	132,116	167,034	171,407	156,852	18%
Utilities	124,173	142,576	152,780	139,843	16%
Capital Expenditures	7,439	1,903	78	3,140	0%
Total Expenses	$848,861	$868,713	$854,227	$857,267	100%
Net Operating Deficit	$(213,379.55)	$(82,949.31)	$(97,305.65)	$ (131,211.50)	
Cost Recovery	75%	90%	89%	85%	

CONFIDENTIAL DRAFT – *Do Not Distribute*

Ледовые арены: доходы

PARK CITY ICE ARENA FACILITY OVERVIEW

The Ice Arena:

- Opened in 2006; Footprint: 45,854 gross square feet
- Construction Cost: $5 Million
- Funding: 100% Public (60% Park City Municipal Corporation, 40% Snyderville Basin Special Recreation District)
- Owner & Operator: Park City Municipal Corporation
- Spectator Seating Capacity: Between 350 and 500

Annual Operations:

- Approximately 92% utilization of available daily ice hours
- Primary event/user types include:
  - Adult, high school and youth hockey clubs
  - Figure skating academy
  - Curling
  - Sled hockey
  - Speed skating club
  - Open skate
  - Dance classes

Additional Features:

- 4 locker rooms and 2 supplemental rooms
- 1 party room that can be divided into 2 smaller rooms

CONFIDENTIAL DRAFT – *Do Not Distribute*

Ледовые арены: доходы

,

Источники и структура доходов от коммерческой деятельности клубной ледовой арены (общая площадь, 5000 кв.м., трибуны на 500 мест).

Источники доходов клубной арены (5000 кв.м. общ.плщ).	Примерная доля среднегодового дохода
Детско-юношеские спортивные хоккейные секции и соревнования	29%
Хоккейные секции для взрослых	25%
Детские секции фигурного катания	10%
Массовые катания	13%
Сдача в аренду здания и ледового поля для корпоративных мероприятий	12%
Сдача поля в аренду спортсменам-фигуристам	6%
Смотры и наборы в хоккейные школы и команды	2%
Другие мероприятия на ледовом поле (выставки, ярмарки)	3%

Ледовые арены: доходы и окупаемость

По данным 2010-2015 г в странах ЕС средняя клубная хоккейная арена имела в среднем от 250 до 350 тыс евро доходов в год от указанных видов деятельности (в США – 800-850 тыс долл в год), что составляет примерно 75-85 % от ее годовых затрат. **Таким образом большинство арен – убыточны, и даже не покрывают операционных затрат. По этой причине большинство из них – являются муниципальной или комбинированной общественной собственностью.**

Только в самых маленьких клубных керлинг-аренах Канады и в самых крупных ледовых дворцах-аренах с учетом затрат на содержание и освобождения от налогов годовой чистый доход превышает эксплуатационные затраты и составляет в лучшем случае не более 10% от совокупных затрат на строительство.

Следовательно, без учета затрат на обслуживание кредитов, в удачно расположенном районе с платежеспособным спросом на услуги ледовой арены, при активной политике управления период окупаемости капиталовложений может составить для хоккейного ледового стадиона от 10 до 30 лет. **При использовании кредитных средств для финансирования строительства доходность арены существенно падает из-за необходимости регулярных платежей по кредитам. Риски управления аренами достаточно высоки, и по информации опытных американских инвесторов и владельцев ледовых стадионов больше половины клубных ледовых арен оказываются убыточными.**

Очень немногие окупают вложенные средства, причем, риск того, что ледовая арена будет убыточной прямо связан с объемом кредитных заимствований – практика показывает, что катки, построенные с привлечением банковских кредитов, очень часто не могут их обслужить из-за непредсказуемых скачков в финансовых показателях, и скачков спроса «на лед», что в конечном итоге приводит к их перепрофилированию в торгово-выставочные центры или даже к закрытию.

См. Ice rinks as money makers/ by Tom Reges, http://www.hockeytownsaugus.com/icerink.htm

Россия. Пример Ледового дворца в Санкт—Петербурге

Ледовый дворец в Санкт—Петербурге - спортивно-концертный комплекс, рассчитанный на 12 500 зрителей, Построен в 1998 - 2000 году финской компанией Skanska к чемпионату мира по хоккею 2000 года.

Затраты: на строительство составили 2 миллиарда рублей (более 70 млн долл). В том числе город вложил 1,38 миллиарда рублей (70%), остальные 5 инвесторов ("Промсвязьбанк", Октябрьская железная дорога, ЗАО "Камнеобрабатывающий завод "Возрождение", ГУП "ТЭК Санкт-Петербурга" и ГУП "ВЦКП "Жилищное хозяйство") – 0,62 миллиарда рублей (30%).

Доходы: в настоящее время на арене проводятся регулярные матчи КХЛ с участием Санкт-Петербургского хоккейного клуба СКА, проводятся концерты звезд российской и мировой эстрады, ледовые и цирковые представления, фестивали, конкурсы. Работают детские спортивные секции, регулярны массовые платные катания (350 руб час), прокат коньков.

Экономическая эффективность

15-летняя практика эксплуатации показала, что Ледовый дворец может зарабатывать и, соответственно, отдавать кредиторам около 30 миллионов рублей в год. Доходы дворца превышают его текущие затраты на содержание, но их не хватает на обслуживание долгов по кредитам. По этой причине Город выкупил доли частных кредиторов, реструктурировал задолженность Дворца, освободил его от местных налогов, и договорился с кредиторами о 15-летней рассрочке платежей.

В настоящее время имущественный комплекс Ледового дворца принадлежит трем собственникам: Городу (42% акций), Российской Федерации (26% акций), самому ОАО (32%).

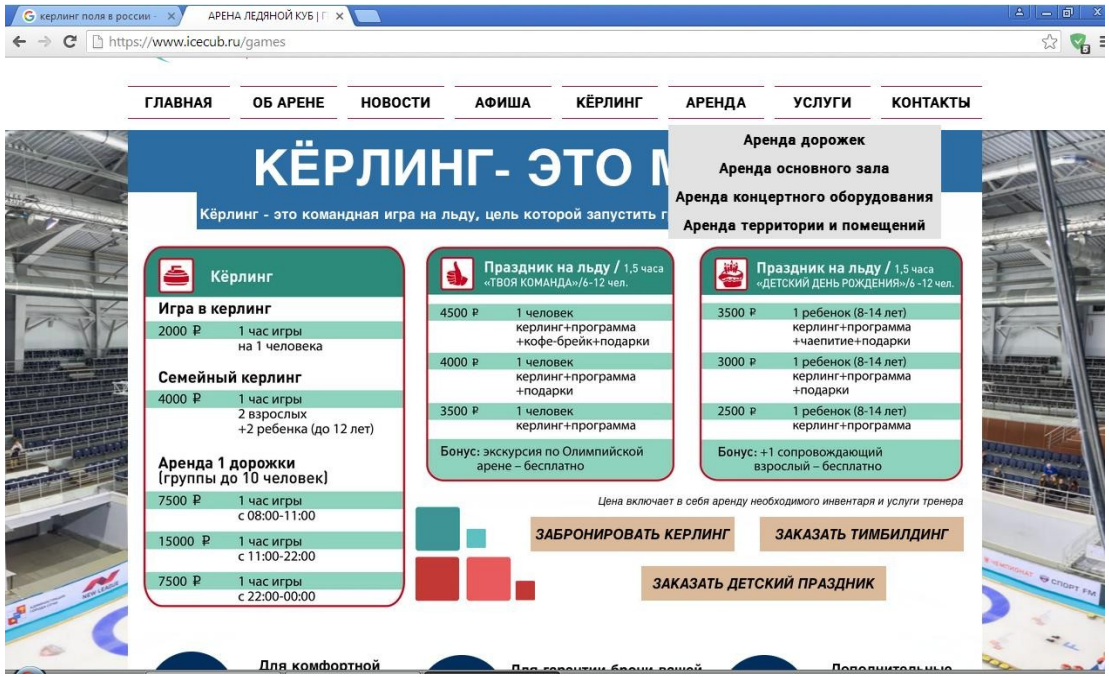
- Заметим, что в 40-минутной транспортной доступности Ледового дворца проживают более 2 миллионов человек со средним доходом, на 33% превышающим среднероссийский уровень з/п.

Ледовые арены: доходы

Доходы клубной керлинг-арены от коммерческой деятельности в 2-3 раза меньше доходов клубного хоккейного стадиона.

- Для того, чтобы керлинг-арена могла предоставлять те же услуги, что и хоккейная, необходимо иметь соответствующее оборудование (сушилки для хоккейной амуниции, разборные устанавливаемые борта и ворота, электронику, специальные надувные борта для шорт-трека и т.д.), менять разметку поля, то есть, ограничить собственно керлинг-занятия. Не все керлинг-клубы на это идут.

Пример объявлений услуг сочинской керлинг-арены «Ледяной Куб»:



Ледовые арены: экономическая эффективность

Как уже указывалось выше, данные по фактическому энергопотреблению зарубежных и российских ледовых арен показывают, что при круглогодичном содержании ледового поля возможные доходы от основной и коммерческой деятельности арены, расположенной южнее Москвы, будут существенно меньше затрат на потребляемую электроэнергию (5-6 миллионов рублей дохода против 10 миллионов рублей по счетам за электроэнергию, согласно действующим тарифам).

Отсюда следует, что:

- **Только самые крупные ледовые арены в крупнейших городах РФ, теоретически могут быть операционно-доходными, то есть, иметь годовые операционные доходы, превышающие их годовые затраты на содержание (*не относится к южным городам*).**
- **Необходимым условием для операционной доходности ледовых арен является достаточные доходы населения, традиции ледовых видов спорта, эффективное расположение (массовая доступность)**
- **Возможный период окупаемости капиталовложений для московских и петербургских крупнейших арен составляет 15-30 лет. Обычно за это время здание и оборудование требует ремонта и модернизации, поэтому конечная доходность таких проектов оказывается в лучшем случаем близкой к нулю.**
- **Наиболее рациональной формой финансирования является ГЧП. Расчетная операционная доходность арены может рассматриваться как единственный источник погашения доли кредитора (банка или частного инвестора).**
- **Соответственно, капитализация ожидаемых чистых доходов арены, может быть оценкой ее справедливой стоимости, которая будет, как правило, гораздо меньше затрат на строительство.**

Ледовые арены:
рыночная стоимость и стоимость общественных интересов

Итак, возвращаемся к обсуждению стоимости общественных интересов

Как видим из презентации, для случая ледовых стадионов первой задачей оценщика является оценка справедливой стоимости т.н. операционной недвижимости арены на основе доходного подхода. Эта стоимость, как показывает практика, значительно меньше затрат на строительство и содержание. Но тогда откуда берется общественный спрос и кто несет затраты? Вот ответ

Таблица 2. *Обеспеченность населения некоторых регионов РФ ФСС, %*

Регион	Залы	Бассейны	Плоскостные сооружения
Алтайский край	17,5	2,7	87,0
Архангельская область	20,1	5,1	65,7
Астраханская область	20,2	5,9	47,8
Брянская область	27,2	3,1	84,9
Владимирская область	15,6	2,6	23,6
Волгоградская область	20,6	4,8	71,3
Вологодская область	17,9	4,2	52,3
Ивановская область	19,2	2,8	59,5
Иркутская область	19,3	6,6	49,2
Калининградская область	23,6	4,4	72,7
Кемеровская область	17,4	1,4	22,1
Кировская область	26,2	1,3	61,0
Костромская область	11,5	0,1	12,6
Красноярский край	2,4	1,1	1,9
Москва	30,6	8,0	27,4
Московская область	16,9	5,0	39,5
Нижегородская область	14,9	3,6	43,6
Санкт-Петербург	18,3	3,4	22,6

Ледовые арены:
рыночная стоимость и стоимость общественных интересов

Вывод: спрос на дорогостоящую спортивную недвижимость определяется задачами администраций по достижению социальных нормативов, бюджетными возможностями и соответствующими решениями администраций.

Оценка стоимости общественных интересов для участка/проекта

Вариант оценки 1: заказчик указывает параметры объекта (бассейн, керлинг-арена, крытый спортивный зал, стадион) и фиксированное местоположение.

Вариант оценки 2: заказчик указывает параметры объекта (бассейн, керлинг-арена, крытый спортивный зал, стадион) и три-пять вариантов местоположения.

Вариант оценки 3: заказчик просит рассмотреть несколько вариантов указывает параметры объекта (бассейн, керлинг-арена, крытый спортивный зал, стадион) и три-пять вариантов местоположения.

Оценка СОИ включает оценку: затраты на приобретение участка или потерю его рыночной стоимости если участок был муниципальным, сметную стоимость или фактические затраты на реализацию проекта, капитализированную стоимость затрат на содержание объекта и обслуживание долга, бюджетные потери от налоговых льгот для спонсоров и частных соинвесторов. Эта величина и будет оценкой стоимостьи общественных интересов.

Заказчика и контрольные органы будет обязательно интересовать рыночная/справедливая стоимость будущего объекта и разница между СОИ и рыночной/справедливой стоимостью.

В случае оценки нескольких вариантов – ТЗ должно обосновать оптимальный выбор по критериям заказчика.

Обращаем внимание на то, что СОИ оценивается как **минимум необходимых за**трат на приобретение или реализацию проекта общественного использование, принятого исполнительным органом власти или общественной организацией в рамках бюджетных ограничений.

Аналогичным образом оцениваются

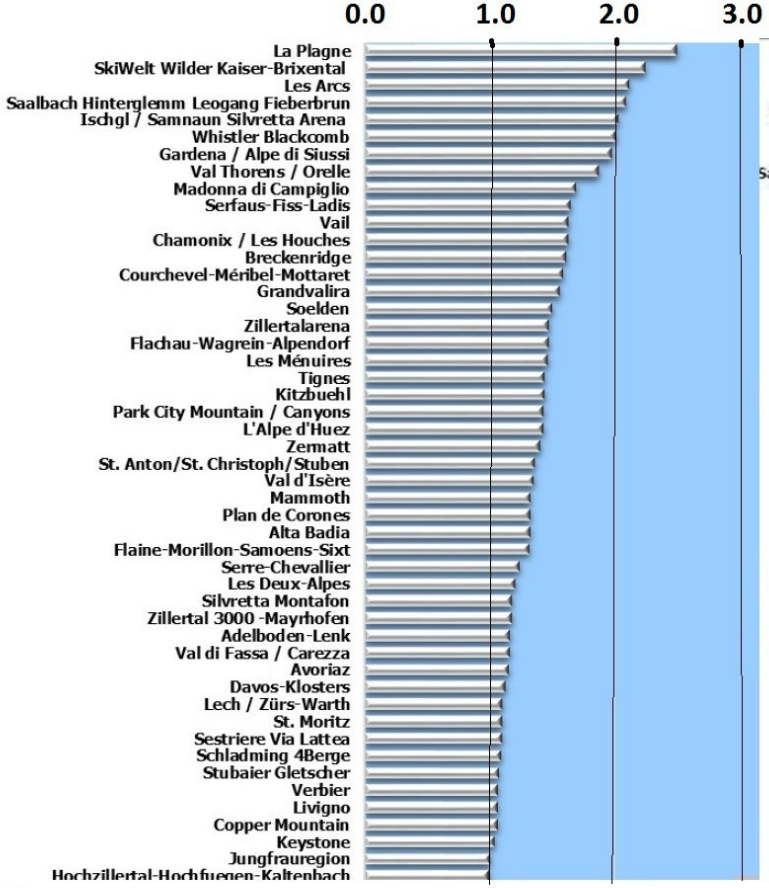
Горнолыжные центры и их составляющие сооружения
Общедоступные бассейны

Горнолыжные центры: базовые понятия

Основные термины и показатели в статистике горнолыжного туризма (Vanat, 2012-2017):

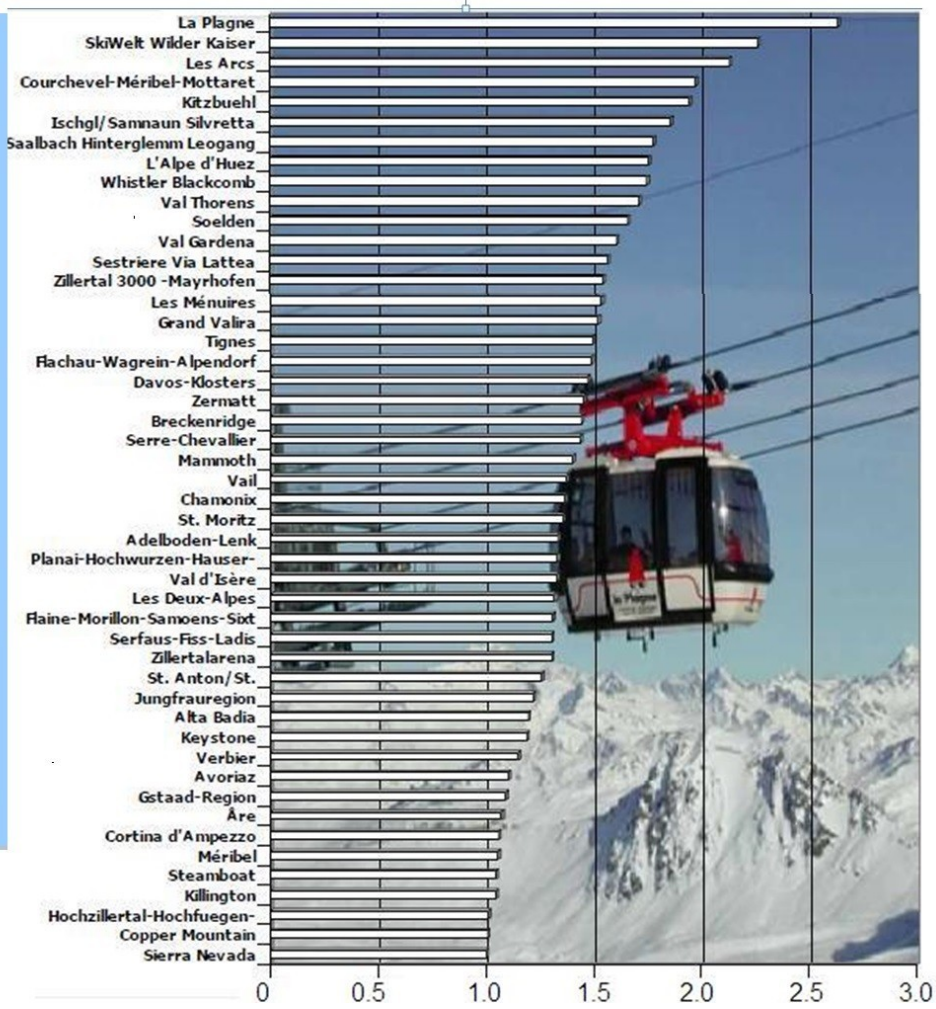
- «**Лыжник**» - человек, катающийся на горных лыжах или сноуборде, независимо от его квалификации и регулярности выхода на склоны;
- «**Доля лыжников в стране/регионе**» - численность лыжников по отношению к численности населения страны/региона;
- «**Места катания**» - учтенные места массового катания по подготовленным трассам, возможно даже не имеющие подъемников;
- «**Горнолыжный центр**» - территория организованного катания, имеющая не менее 4-х подъемников;
- «**Посещение**» (visit) *«**человеко-день**»* - посещение одним человеком одного горнолыжного центра в течение дня или менее с целью катания на лыжах, сноуборде или для другой цели подъема и спуска. Учитываются по числу проданных на курорте ski-pass любого типа на одну дату; Таким образом, один лыжник, купивший ski-pass на 7 дней, генерирует 7 человеко-дней посещений. 7 человек, приехавшие на один день катания без ночевки, также генерируют 7 человеко-дней посещений. Число посещений горнолыжного центра или места катания за период выражается в «человеко-днях».
- «**Число человеко-подъемов за год**» - учитывается по *числу подъемов* обслуженных подъемниками людей за год (на один подъемник, группу подъемников, курорт, регион или страну);
- **Пропускная способность подъемников**» (лыжников в час). Характеризует предельное *число лыжников, которое может быть доставлено на самый верх курорта за час*. Характеризует отдельный курорт или их совокупность

Горнолыжные центры: базовые понятия



Показатели посещаемости наиолее крупных горнолыжных центров за 2017 г, млн. человеко-дней

Показатели посещаемости наиболее крупных горнолыжных центров, млн. человеко-дней посещений, 2012 г.



Горнолыжные центры: базовые понятия

Методика технико-экономического обоснования проекта развития, модернизации курорта и его составляющих.

1) обследование территории, технический и финансовый анализ реализуемости
2) анализ рынка (страна, регион, окрестности): предложение, конкуренция
3) Расчет фактического и потенциального спроса
4) Расчет предполагаемой доли рынка: прогноз клиентской базы (РФ в целом, ближнее и дальнее зарубежье), число лыжников, сроки пребывания и посещения склонов в зимний и летний сезоны
5) Расчет посещаемости и доходности для проектируемого центра (прогноз оптимального числа трасс, подъемников, мест размещения, автостоянок, мест питания).
6) Прогноз финансовых показателей.
7) Бизнес-план (оценка затрат, доходов, рыночной стоимости актива (отеля, подъемников, ресторана, кафе, пункта проката и обслуживания. Расчет на два сезона (зимний и летний). Организация обслуживания и управление горнолыжным центром и его структурами.

Горнолыжные центры: прогнозы спроса

Россия, 2013 г

Горнолыжные центры: методика прогноза спроса и доходности

Для расчета доходности планируемого горнолыжного центра, отеля или другого доходного объекта (системы подъемников, ресторана и пр.) необходимо обоснование прогноза посещаемости. Для этого консультатн-оценщик должен:

1) Установить местоположение проектируемого горнолыжного курорта

2) Установить - место катания или горнолыжный центр? Число и состав трасс, число подъемников, длительность катального сезона качество снежного покрова. Доли искусственного и естественного снега.

3) Наличие соответствующей инфраструктуры расселения (число номеров в гостиницах разного уровня, транспортная доступность, места питания, прочих развлечений, численность постоянного населения курорта и уровень жизни, баллы и индексы ассоциации туризма для данной страны и курорта). Дать вывод о потенциале проектируемого центра.

4) Указать распределение численности постоянного населения на территориях (на карте) в радиусе 50 км, 100 км, 500км, 2000 км, 3000 км

5) Начертить зоны транспортной и финансовой доступности: локальной доступности (1,2,3 часа для личного и общественного транспорта), и межрегиональной (3, 4, 5, 6, --- до 36 часов).

6) Рассмотреть карту распределения постоянного населения с душевыми доходами свыше 40 000 руб в мес на члена семьи в вышеуказанных радиусах.

7) Определить местоположение конкурентов в локальных и межрегиональных схемах доступности на карте платежеспособного спроса.

8) Ввести калибровочные данные по известной посещаемости конкурентов.

Горнолыжные центры: прогнозы спроса в России

9) Вычислить пессимистический и оптимистический прогноз посещаемости вашего объекта, исходя из «лыжной активности» жителей региона и примыкающих регионов, условий его местоположения, числа трасс и мест размещения с указанием посещаемости локальных лыжников (приезжающих без ночевок) и лыжников из дальних регионов (приезжающих с ночевками в местах размещения)

10) Дать прогноз оптимального числа трасс, подъемников, мест размещения, автостоянок, мест питания, иных объектов «притяжения» отдыхающих в зимний сезон.

11) То же что и в пп.7-9, для летного сезона.

Пример расчетной таблицы прогноза посещаемости курорта.

Источник посетителей, 2018	население	доля лыжников в населении	лыжники, выезжающие в поездки средней дальности %	лыжники, выезжающие в дальние поездки, %	из них посетителей анализируемого курорта, человек	прибытий на курорт , зимний сезон	посещений в зимний сезон, человеко-дней
Регион анализируемого курорта	2,32 млн	2%	5%	1%	14 000	22 000	66 000
Блтижайшие регионы РФ	23,5 млн	1,5%	40% (141 000 чел)		4 230	4 500	18 000
Удаленные регионы РФ	83 млн	2%		10% (166 000 чел)	4 980	5 500	38 500
ближайшие зарубежные регионы	1,2 млн	2%		10% (2 400 чел)	2 400	2 600	18 200
Итого посещений курорта в зимний сезон извне					11 640	12 600	74 700
Итого посещений в зимний период					25 640	32 600	140 700

Плавательные бассейны

Плавательные бассейны: маркетинг

Коммерческая деятельность плавательных бассейнов массового посещения в условиях России не в состоянии обеспечить их доходность.
Как и в случае ледовых арен только капитальные затраты на строительство бассейнов, как правило, не окупаются. Бассейны строятся с участием бюджетных средств разного уровня.
Операционные затраты на содержание и эксплуатацию бассейнов высоки, и едва ли покрываются доходами от продажи абонементов. Повышают доходность вспомогательные источники: совмещенные фитнесс-центры, оздоровительные и массажные кабинеты, встроенные сауны, турецкие, русские и японские бани.
Соответственно, повышается требование к качеству местоположения.
По данным сети «Бассейны Дона» наилучшие показатели дают бассейны в крупных жилых районах (более 100 000 чел. в радиусе 30-минутной доступности,

Плавательные бассейны: маркетинг

1.1. Спортивный центр с универсальным игровым залом и плавательным бассейном 25 х 11 м (реализован)

Общая площадь здания	6172,69 м^2
Площадь застройки	3510,78 м^2
Пропускная способность: Оздоровительное плавание Волейбол Баскетбол Гандбол Бокс Борьба Дзюдо	 48 чел/смена 20 чел/смена 18 чел/смена 22 чел/смена 45 чел/смена 48 чел/смена 60 чел/смена
Вместимость трибун: Зал бассейна Игровой зал	 100 200
Виды спорта	Оздоровительное плавание, мини футбол, гандбол, баскетбол, волейбол, бокс, дзюдо, борьба, фитнес
Стоимость строительства	В ценах IV кв. 2010 (ФЕР-2001г.) – 190 млн. руб. с НДС Стоимость привязки проекта без учета объектов инженерного обеспечения – 4,5 млн.руб.

Плавательные бассейны: маркетинг

МАРКЕТИНГ

1. Укажите среднюю заработную плату по району 2015-2018 гг. Среднюю заработную плату в сфере обслуживания 2015-2018 гг.
2. По примеру официальных данных Росстата по городу в целом – распределение населения по душевому доходу
3. Укажите численность населения района, проживающего в часовой транспортной доступности а) общественным и в) личным транспортом от места предполагаемого расположения бассейна.
4. Укажите распределение численности населения города по возрастным группам: 5-10 лет, 11-20 лет, 21-40, 40-50 лет, старше 50 лет.
5. Укажите Имеющиеся в районе спортивно-оздоровительные объекты:
6. – построенные и финанируемые за бюджетные средства
7. – построенные и финансируемые на средства компаний (государственных и частных)
8. – построенные на бюджетные средства, финансируемые (возможно, частично) компаниями-спонсорами;
9. Укажите объем бюджетных средств, выделяемых на содержание и оплату труда работников имеющихся спортивно-оздоровительных объектов района.
10. Укажите соотношение численности бесплатных и платных групп, посещающих спортивно-оздоровительные объекты района,
11. Укажите цены для платных посетителей (льготные, категория льготников, и цены без скидок), а также среднюю продолжительность посещений в год /месяц для платных, льготных и бесплатных участников групп.
12. Список мероприятий массового спортивно-оздоровительного характера, состоявшихся в городе/районе в 2015-2018 гг (районные, областные, республиканские, международные соревнования, сборы и проч), укажите численность участников.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ:

Тарифы на электричество, газ, тепло, водоснабжение, водоотведение в районе для:

– бюджетных организаций

- коммерческих организаций

– льготируемых (кто имеет право на льготы по тарифам, размер скидок или льготных тарифов).

Плавательные бассейны: доходность и финансирование

Необходимым условием для операционной доходности бассейнов являются :

- **достаточные доходы населения,**
- **эффективное расположение (массовая доступность)**

Конечная доходность проектов строительства бассейнов оказывается в лучшем случаем близкой к нулю.
Финансирование строительства осуществляется за счет бюджетов разных уровней.
Частная управляющая компания может быть заинтересована выиграть конкурс на управление бассейном, в том числе и по минимуму прогнозируемых эксплуатационных затрат.

Банковское финансирование на коммерческой основе возможно в пределах предполагаемой доли операционных доходов, направляемой для обслуживания долга. Оценивается и подтверждается расчетами и экспертизами.

Расчетная операционная доходность может рассматриваться как единственный источник погашения доли кредитора (банка или частного инвестора), если таковые появятся.
Соответственно, капитализация ожидаемых чистых доходов бассейна может быть оценкой его справедливой стоимости, которая будет, как правило, гораздо меньше затрат на строительство. И меньше стоимости общественных интересов.

Примеры соотношения сметной, рыночной стоимости и СОИ1

Доходный объект (спортивный, культурный, исторический, природный):

Подводим итоги

Обоснования стоимости общественного использования:

а) определение данного вида стоимости ***– см. стр. 3***

б) требования идентификации объектов оценки, к которым применяется этот вид стоимости: ***материальные и нематериальные активы, инвестиционные проекты (проекты капиталовложений усл.)***

в) соответствие цели оценки данному виду стоимости: ***требуется точное согласование ТЗ с заказчиком***,

г) методику (методики) денежной оценки данного вида стоимости, - ***см.стр.***

д) источники данных, необходимых для оценки – ***рыночные данные по аналогам, статистика, данные по УПВС и индексам удорожания строительных работ, данные по реализованным проектам-аналогам, доходы аналогов, налоговая эффективность, стоимость заемного капитала, государственные субсидии и льготы*** .

е) стандарт представления результатов оценки, - ***диапазон ожидаемых значений СОИ, ее компонентов и рыночной/справедливой стоимости***

ж) способы использования результатов оценки (кем, как и в каких целях) ***– в соответствии с ТЗ и целями Заказчика оценщик дает рекомендации по возможностям возмещения капитальных и эксплуатационных затрат: привлечению частного капитала на стадии реализации и в дальнейшем – на стадии эксплуатации объекта оценки.***

Другие подходы: общественные объекты без потенциала доходности

Пример 1. Муниципалитет или общество охраны исторических памятников решает сохранять здание, где жил великий поэт, ученый или композитор, прославивший страну.
На Западе, чтобы владелец здания сохранял исторический облик и интерьеры здания, Общество регулярно платит владельцу премию за сохранение памятника. Общественное объединение в данном случае представляет общественный интерес и, компенсируя владельцу потери стоимости от накопленного физического и, особенно, функционального износа, тем самым делает стоимость общественного использования здания выше его снижающейся рыночной стоимости.

- В РФ решение об объявлении объекта или территории памятником истории, культуры или природным заповедником принимается на федеральном, региональном или местном уровне. В случае, когда объект частной собственности объявляется государственным или региональным памятником, такое решение является обременением, не позволяющим владельцу использовать объект наиболее доходным способом и повышающим затраты на содержание. Остается открытым вопрос - может ли владелец требовать компенсации за потерю рыночной стоимости объекта, или должен относиться к факту обременения как к необратимой потере рыночной стоимости от внешнего (экономического) износа.

Налоговые льготы за реставрацию памятников обещают инвесторам власти Ленинградской области.

Губернатор 47-го региона Александр Дрозденко уверен: «Нам необходимо стимулировать частных собственников зданий – объектов культурного наследия к проведению реставрационных работ. Для этого мы предусмотрим налоговые льготы на имущество и землю для тех компаний, которые будут вкладываться в восстановление старины. Также важно продолжить программу приватизации региональных памятников, предназначенных для восстановления и использования под цели развития культуры и туризма, за один рубль».

- ***В частности, передать в частные руки намечено три сотни объектов (в основном это усадебные дома, расположенные в Гатчинском, Ломоносовском, Лужском и Волосовском районах). Здания предполагают продавать или передавать в долгосрочную аренду на условиях реставрации в предписанные сроки (5-7 лет). К тому же новых владельцев обяжут обеспечить свободный доступ к наследию туристов и учёных.***

Другие подходы: общественные объекты без потенциала доходности

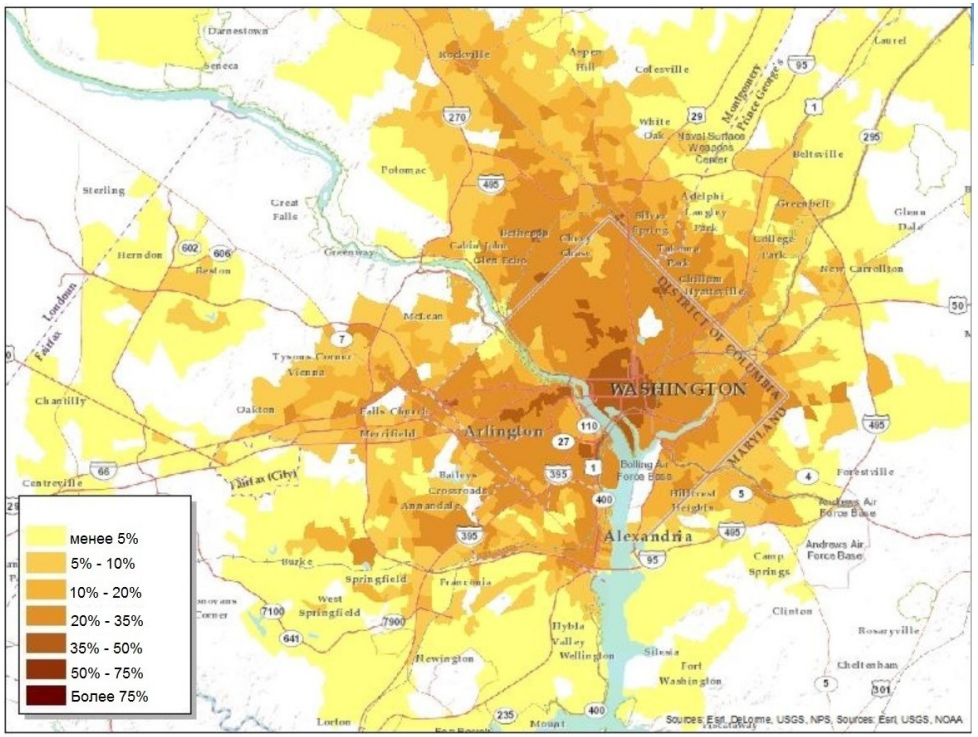
Пример 2. Министерство транспорта, приобретая частные земли для строительства федеральной автомагистрали, может планировать компенсации в размере *рыночной стоимости* каждого участка, приобретаемого для формирования землеотвода будущей трассы. Однако, имея опыт в подобных масштабных проектах и действуя в общественных интересах, министерство в ряде случаев может считать приемлемым предлагать собственникам выкупную цену на 25% сверх рыночной стоимости их участков. Эта дополнительная плата позволяет избежать потенциальных затрат времени и денег на споры по компенсациям и судебные иски, которые могут быть вменены в случае проигрышей в судах. **Этот пример демонстрирует случай, когда надбавка сверх оценки рыночной стоимости платится для обеспечения планируемых сроков сооружения магистрали и снижения рисков проекта. Таким образом, стоимость общественных интересов в данном примере на 25% превышает рыночную стоимость каждого выкупаемого участка трассы.**

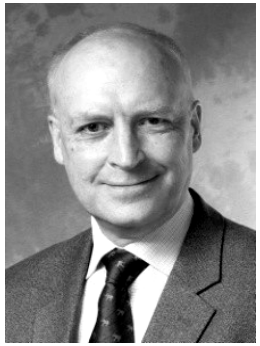
СОИ2: общественные объекты без потенциала доходности – комплексная экономическая оценка транспортных сооружений

Пример 5. Строительство нового моста/виадука/тоннеля

Доступность центра СПб на общ. транспорте.

Доступность % рабочих мест не более чем за 45 мин на общ.тр.





Владислав Мягков MRICS, CCIM

Тел.: +7 812 703 7830
Email: Vladislav.N.Miagkov@ru.ey.com