

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Белкина Юлия Сергеевна

студентка

Подгорнова Анастасия Сергеевна

студентка

Ронова Галина Николаевна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

ВЛИЯНИЕ ГУДВИЛЛА НА СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ

Аннотация: в данной статье авторами рассматривается актуальность и важность понятия «гудвилл», а также место гудвилла в управлении стоимостью компании. В работе приведены основные методы расчета гудвилла.

Ключевые слова: гудвилл, деловая репутация, оценка, стоимость компании.

Под влиянием мировой глобализации сложилась тенденция к объединению сильных игроков рынка и поглощению более слабых, так называемые сделки М & А. В связи с этим появляется необходимость справедливой оценки бизнеса. Но помимо осязаемых активов, у компании за время существования складывается определенная репутация. В российской практике это принято называть деловой репутацией, в зарубежной – гудвилл. На сегодняшний день гудвилл может составлять большую часть от рыночной стоимости компании. Именно поэтому важно уделять этому понятию при ведении бизнеса особое внимание.

В зарубежной практике гудвилл рассматривается как денежная оценка репутации компании, а также таких нематериальных активов как товарный знак,

бренд и прочее. Если из рыночной стоимости компании вычесть сумму её материальных активов, то мы получим гудвилл этой компании. Естественно, чем выше этот показатель, тем больше будет заинтересованность потенциальных инвесторов в этой компании.

В рамках финансового менеджмента управление стоимостью гудвилла является важной задачей, так как именно гудвилл показывает приращение стоимости компании, а также насколько эффективно происходит взаимодействие между активами, которые используются для получения дохода. Оценка гудвилла находит отражение в рыночной цене акций компании: цена акций тем выше, чем выше стоимость гудвилла.

Важно отметить, что гудвилл не рождается одновременно с созданием фирмы. Внутренний гудвилл компании в финансовой отчетности отражения не имеет. Необходимость его оценки возникает лишь в определенных случаях:

1. Покупка или продажа бизнеса, а также сделки слияния и поглощения. Лишь после приобретения бизнеса гудвилл будет отражаться в финансовой отчетности компании. Например, покупка «Яндексом» интернет-сервиса Kinopoisk.ru. Сумма сделки составила 80 млн долларов, причем гудвилл приобретаемой компании был оценен в 65,4 млн долларов, что составляет более 80% от балансовой стоимости [5].

2. Определение позиции на рынке. Результаты оценки гудвилла могут помочь менеджменту компании построить грамотную стратегию развития для усиления конкурентоспособности на рынке.

3. Переход к отчетности по МСФО. В рамках требований международной отчетности все показатели компании должны быть прозрачными и доступными для разного круга лиц.

4. Выход на IPO.

При оценке гудвилла важно учитывать все факты, которые могут влиять на его стоимость. Например, налаженный финансовый учет, кредитоспособность и

финансовая устойчивость бизнеса, высококвалифицированный персонал, нарабатываемая клиентская база, доверие потребителей, возможность дальнейшего расширения бизнеса и т.д.

Гудвилл может быть не только положительным, но и отрицательным, в таком случае он носит название «badwill». Причин возникновения отрицательного гудвилла несколько: могут искусственно завышать стоимость активов или занижать величину обязательств, также причиной может служить обесценивание ценных бумаг.

Существует несколько методов расчета гудвилла, но на практике применяются два основных:

1. Балансовый метод. В данном случае гудвилл определяется как разница между стоимостью бизнеса и всех его активов.

2. Метод избыточных прибылей. В этом методе гудвилл оценивается как бренд, помогающий компании извлекать наибольшую прибыль. Противопоставляются уровни прибыльности данного бизнеса и конкурентов с последующей капитализацией части нематериальных активов. Этот метод считается более эффективным и надежным.

Рассмотрим несколько примеров, когда гудвилл оказывал значительное влияние на финансовые показатели компании.

В связи с кризисом 2014 года многим компаниям, работающим на российском рынке, пришлось провести переоценку бизнеса. Так, британская компания Inchcape (ведущий международный автомобильный дилер), была вынуждена списать более 47 млн фунтов стерлингов гудвилла бизнеса, находящегося в России, что составляет 45% балансовой стоимости компании, объясняя это «геополитической неопределенностью» [3].

Также, в связи с кризисом, переоценку гудвилла российского бизнеса произвел Райффайзен Банк, списав 10,7 млрд рублей, что повлияло на сокращение чистой прибыли в 2014 году почти в три раза [3].

Наиболее крупные потери понес французский банк Societe Generale, списавший 525 млн евро гудвилла в России. Это привело к снижению чистой прибыли и падению цен на акции на 1,3% [4].

Данные примеры подтверждают влияние гудвилла компании на ее стоимость. Гудвилл является важным показателем для инвесторов, дающим возможность определить степень риска инвестирования в тот или иной бизнес. Он помогает компании извлекать больше прибыли на единицу активов, чем у аналогичной компании с невысоким показателем гудвилла. Именно поэтому важна объективная и качественная оценка гудвилла компании. Задачей финансового менеджмента и высших менеджеров компании является создание экономической ценности компании и управление ее величиной.

Список литературы

1. Ронова Г.Н., Королев П.Ю., Осоргин А.Н., Хаджиев М.Р., Тишин Д.И. Оценка стоимости предприятий: Учебно-методический комплекс. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 157 с.

2. Белкина Ю.С. Особенности отражения деловой репутации как НМА в бухгалтерской (финансовой) отчетности по РСБУ и МСФО [Текст] / Ю.С. Белкина, А.С. Подгорнова, Л.В. Голощапова // Инновационные технологии в науке и образовании: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 15 мая 2015 г.) / Редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 302–304.

3. Асанкин Р. Британская компания пересмотрела стоимость своего подразделения из-за «геополитической неопределенности» // Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/industry/562949994304400> (дата обращения: 4.11.2015).

4. Воронова Т., Тросникова Д. Французский Societe Generale списал 525 млн евро российских активов // ЗАО Бизнес Ньюс Медиа. – 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2014/05/07/societe-generale-spisal-525-mln-rossijskih-aktivov> (дата обращения: 4.11.2015).

5. Луганская Д. «Яндекс» объявил о покупке Auto.ru за 175 млн долларов // Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». – 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/media/562949991729532> (дата обращения: 4.11.2015).