

ОЦЕНКА ГУДВИЛЛА

Томкова А.Ю.
АФКбву-41

ГУДВИЛ – это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании в сравнении с организацией новой фирмы.

Однако для оценки гудвилла (**оценки репутации фирмы**) продажа компании не является обязательным условием.

Оценка гудвилла — это определение разности между стоимостью всех активов и пассивов организации и единым имущественным комплексом.

Оценка деловой репутации и других не идентифицируемых активов целесообразно связывать с какими-то идентифицируемыми активами, в том числе с товарным знаком или брендом.

Оценка стоимости гудвилла осуществляется по двум основным методам:

избыточных прибылей – оценка гудвилла как бренда, который помогает компании извлекать больше прибыли по сравнению с ситуацией, если бы она продавала небрендируемый товар, не обладающий известной торговой маркой;

балансовом – **стоимость гудвила** равняется разнице между стоимостью бизнеса в целом и стоимостью его активов, как материальных, так и нематериальных.

Что такое Гудвилл?

- ⦿ Первоначально нужно определить, что такое хорошая деловая репутация компании: во-первых, это сильная команда менеджеров и разработанная маркетинговая стратегия, во-вторых, высокое качество продукции (услуг или работ), третье — высокие кредитные показатели, а также корпоративная культура и выгодное месторасположение, налаженные отношения с поставщиками.
- ⦿ В большинстве случаев собственники бизнеса любят переоценивать влияние имеющихся у них нематериальных активов, из-за чего реализуемая стоимость бизнеса существенно увеличивается. Важно учитывать, что неосязаемый (нематериальный) капитал должен конвертироваться в доход — и показатель этого дохода должен существенно превышать среднерыночный. То есть, бренд является менее ценным, если он не выигрывает в конкурентной борьбе и не дает продавать товар дороже, чем аналогичный продукт конкурента. Таким образом, Гудвилл является отрицательным — и негативно влияет на итоговую стоимость компании, поскольку при таких же материальных активах реализовать продукцию будет сложнее, чем с положительным Гудвиллом.

Как осуществляется оценка Гудвилла?

- ⦿ Есть два способа определить стоимость гудвилла:
- ⦿ Метод избыточной прибыли предполагает представление **оценки Гудвилла**, как источника дополнительных поступлений прибыли. Согласно данной методике, происходит прямое противопоставление уровней прибыльности оцениваемого предприятия и конкурентов (или аналогичных по отрасли) с последующей капитализацией той части, которая не может быть объяснена «материальным» влиянием (активами);
- ⦿ Балансовый метод основывается на учете результатов конкретных торговых операций. Величина приобретаемого «гудвилла» (деловой репутации), представляется, как размер разницы между суммой, которую заплатили за предприятие, и совокупной стоимостью активов и пассивов этого предприятия, которая зафиксирована в последнем бухгалтерском отчете или балансе.

В каких случаях нужно оценивать Гудвилл?

- ⊙ Покупка или продажа бизнеса — это основная причина, по которой важно оценить Гудвилл. Ведь помимо материальных активов, компания заработала еще и определенную лояльность потребителей, смогла занять определенную нишу на рынке, дала знания и опыт своим сотрудникам. Расчет этого крайне важен, поскольку, как уже говорилось, продажа предприятия может происходить за гораздо более высокую цену при хорошем Гудвилле;
- ⊙ Слияние и поглощение компании — здесь причины те же, что и при покупке или продаже бизнеса. Важно учесть всю выгоду сделки — иначе одна из сторон потеряет интерес к её совершению;
- ⊙ Принятие управленческих решений — знание о точной стоимости своей компании помогает принимать более точные и верные управленческие решения.

Какие документы необходимы для проведения оценки Гудвилла?

- ⊙ Бухгалтерская отчетность за последние 3 года (или возможное количество предыдущих периодов), а также бухгалтерский баланс и отчет о прибылях, убытках;
- ⊙ Аудиторские заключения по бухгалтерской отчетности компании (если есть);
- ⊙ Перечень основных материальных средств компании на дату проведения оценки;
- ⊙ Информация обо всех имеющихся активах предприятия (недвижимость, акции сторонних организаций, вексели, запасы, патенты, лицензии и т. д.) с расшифровкой и пояснениями;
- ⊙ Расшифровка дебиторской задолженности компании;
- ⊙ Информация о наличии дочерних компаний и финансовая отчетность по ним.

