

ОЦЕНКА ГУДВИЛЛА

Выполнила студентка
группы АФКбд-41
Колганова Ксения

Введение

В мире бизнеса ценность деловой репутации сложно переоценить. От неё зависит крайне многое. История знает не один случай, когда компания, производящая неплохие товары, но имеющая отрицательную репутацию, прогорала только из-за того, что никто не хотел иметь с ней дело. Довольно часто нематериальные активы составляют большую часть рыночную стоимость компании. В любом случае, при установлении рыночной стоимости компании, оценка нематериальных активов является необходимой.

Понятие «Гудвилл»

Понятие «гудвилл» означает разницу между рыночной стоимостью компании и ценой всех её материальных активов. Таким образом, «гудвилл» - это денежное выражение репутации компании, включающее в себя оценку бренда, товарного знака и прочих нематериальных активов. Гудвилл – это преимущества, которые получает покупатель, приобретая уже существующую компанию, вместо создания новой. Материальные активы все равно будут оценены по справедливой цене, включающей в себя амортизацию и износ, то есть, их можно приобрести и отдельно от компании, а вот репутацию можно либо создать самостоятельно, либо приобрести вместе с предприятием.





Разумеется, клиенты будут с гораздо большим удовольствием пользоваться услугами компаний, названия которых им знакомы. Им знакома определенная торговая марка, которой они доверяют, они уверены в ней и будут предпочитать её остальным из раза в раз. Это и является деловой репутацией и будет называться «гудвиллом» при оценке.



Необходимость Гудвилла

Чаще всего необходимость в оценке гудвилла возникает в следующих случаях:

- При совершении операции купли-продажи компании. В данной ситуации, как правило, требуется оценка всей организации и гудвилла – как части её. Оцениваются материальные и нематериальные активы, после чего выводится общая цена, являющаяся итоговой рыночной стоимостью компании. Часто бывает так, что рыночная стоимость нематериальных активов составляет большую часть цены всей компании.
- Слияние и поглощение компаний. Цели оценки, в сущности те же, что и при купле-продаже. Необходимо установить точную рыночную стоимость компании, и для этого лучше обратиться в независимую оценочную компанию. Она сможет установить точную стоимость, и никакие личные мотивы не смогут повлиять на их итоговый отчет.

- ❑ При необходимости увидеть ситуацию на рынке целиком. Нередко, чтобы увидеть полную картину рынка, необходимо знать точную рыночную стоимость своей компании, в этом случае, не обойтись и без оценки гудвилла, как части целого. Часто это помогает в менеджменте и принятии серьезных управленческих решений, позволяющих серьезно усилить позиции компании на рынке.
- ❑ При переходе компании на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). Для этого необходимо иметь абсолютно прозрачную бухгалтерию и знать точную рыночную стоимость компании, в том числе и нематериальных активов.
- ❑ При страховании компании. В наше время все чаще возникают случаи, когда полуплегальные компании продают свою продукцию под маркой успешных брендов. Все это, безусловно, оказывает негативное влияние на имидж крупных компаний и снижает уровень доверия потребителей к ним.

Методы определения рыночной стоимости Гудвилла

Существует два основных способа определения рыночной стоимости гудвилла:

- ❖ **Метод избыточной прибыли.** Он предполагает под собой оценку гудвилла как источника дополнительной прибыли. Происходит сравнение компании с конкурентами, исключая сопоставление их материальной базы. То есть, оценивается не то, какими материальными активами владеют эти компании, а то, насколько деловая репутация одной из них лучше или хуже другой. После этого производится капитализация, то есть перевод репутации в денежный эквивалент.

- ❖ Балансовый метод. Считается менее надежным, так как рассчитывается просто через разницу рыночной стоимости компании в рамках доходного подхода и затратного подхода. Данный метод возможно использовать в связи с тем, что в затратном подходе (в данных бухгалтерского учета) чаще всего не отражается (не учитывается на балансе) нематериальная составляющая компании.





Спасибо за внимание.