

Расчет стоимости деловой репутации

У деловой репутации есть точная цена, которую не сложно посчитать.

На помощь придет понятие «гудвилл» - (от англ. goodwill)

Международные стандарты финансовой отчетности учитывают гудвилл отдельной строкой в бухгалтерском балансе, что позволяет финансистам утверждать: доля деловой репутации в оценке стоимости известных западных компаний может достигать до 80%.

Согласно стандартам, уточненным в 1991 г. Американским обществом оценщиков (American Society of Appraisers, ASA), в понятие «гудвилл» входят следующие слагаемые:

- ▶ престиж и авторитет компании;
- ▶ известность компании;
- ▶ обширная база лояльных клиентов;
- ▶ проверенная сеть поставщиков и деловых партнеров;
- ▶ местонахождение;
- ▶ номенклатура производимой продукции;
- ▶ узнаваемость торговой марки;
- ▶ отработанные каналы сбыта продукции.

Вслед за мировой практикой Банк России ввел с января 2009 г. новое для российских стандартов бухучета понятие «деловая репутация».

Согласно указанию ЦБ, под деловой репутацией понимается разница между ценой, уплаченной банком-покупателем, и стоимостью чистых активов приобретенного банка или предприятия.

▶ +

▶ Если покупка совершается с премией, т.е. объект покупается дороже, чем оцениваются его чистые активы, разница будет отражена как положительная деловая репутация и учтена в составе нематериальных активов.

▶ -

▶ Если сделка совершается с дисконтом, то возникающая отрицательная деловая репутация расценивается как скидка с цены продавца из-за наличия у него недостатков и в результате относится на доходы банка-покупателя. Показатели прибыльности банка-покупателя улучшаются в любом случае, вне зависимости от того, дешево или дорого он совершает сделку.

Способы (3) расчета гудвилла

1. МЕТОД СРАВНЕНИЯ ПРОДАЖ

Принцип расчета достаточно прост: стоимость компании с учетом ее гудвилл определяется путем сравнения со стоимостью аналогичной компании.

- ▶ Плюсы: когда рынок активен и идет много сделок купли-продаж, выяснить стоимость не составит труда.
- ▶ Минусы: если в данной рыночной нише наблюдается застой и покупателей мало, стоимость определить трудно. Есть и еще одна сложность – редко кто разглашает истинную сумму сделки, а многие вообще предпочитают прятаться за фразой «коммерческая тайна».

2. ЗАТРАТНЫЙ (ИМУЩЕСТВЕННЫЙ) МЕТОД.

Он учитывает все затраты, которые потребуются на создание аналогичной компании.

- ▶ Плюсы: когда речь идет о капиталоемких производствах с большой долей материальных активов, произвести такой подсчет не трудно.
- ▶ Минусы: гораздо труднее учитывать нематериальные активы компаний с большой долей нематериальных активов. Каким образом, к примеру, определить реальную стоимость преуспевающей аудиторской фирмы, у которой из имущества только рабочие столы и компьютеры? Ведь основной ее капитал – авторитет на рынке консалтинговых услуг.

3. ДОХОДНЫЙ МЕТОД

Он основан на прогнозе будущих денежных потоков и возможных рисков. Чистый денежный поток – это разница между притоком и оттоком денег за определенный период времени.

- ▶ Плюсы: для любого инвестора прибыльное в настоящее время предприятие – решающий показатель.
- ▶ Минусы: не всегда можно спрогнозировать рыночную ситуацию даже в недалеком будущем.



Оценка стоимости бизнеса и гудвилл была проведена для крупнейшей сети салонов красоты «Персона Лаб».

- ▶ Совокупная стоимость активов одного из салонов составляла 390 тыс. долл.
- ▶ В качестве готового бизнеса салон был оценен в 920 тыс. долл.
- ▶ Такая высокая оценка связана с тем, что новый владелец получил не только салон красоты, но и возможность использовать известную торговую марку, отлаженные бизнес-процессы и другие явные конкурентные преимущества.
- ▶ Иными словами, покупая салон, новый владелец, прежде всего, приобретал его гудвилл, который составил **530 тыс. долл.**

$(920 \text{ тыс. долл.} - 390 \text{ тыс. долл.}) = 530$

Упущенная выгода

Необходимо четко разделять понятия

- ▶ «вред деловой репутации»
- ▶ «упущенная выгода».

Если у компании в результате обнародования неких фактов сорвалась сделка и ее владелец заявляет, что по вине СМИ была недополучена прибыль, прежде чем говорить об ущербе репутации, необходимо понять, связано ли происходящее с репутационной сферой.

Деловая репутация — это то, что было приобретено (заработано) в результате деятельности либо сторонних инвестиций, т.е. актив, которым компания уже владеет.

- ▶ **Упущенная выгода** — то, что потенциально могло бы быть, но не появилось.

Таким образом, когда речь идет о вреде репутации, можно выявить ее конкретные составляющие, которым причинен вред, а сам вред поддается оценке в денежных показателях.

Что касается упущенной выгоды, претензии уместны лишь в случае, когда **некие нормы или соглашения предусматривают ее компенсацию**, а ее размер и состав могут оспариваться, как и значимость факторов, в связи с которыми она не была получена.