



Виды деловой репутации,  
ее проявление в «Good-will»

На стоимость компании, её конкурентоспособность, нередко влияет именно «деловая репутация». В западных странах и в международной практике применяется термин «Good-will».

Произошло данное понятие от английского слова «Good-will», что в дословном переводе значит «добрая воля» – это готовность покупателя заплатить большую или меньшую сумму, чем стоимость всех чистых активов приобретаемой компании.

*«Гуд-вилл»* – это преимущества, которые получает покупатель при покупке уже существующей и действующей компании в сравнении с организацией новой фирмы.

«Гуд-вилл» возникает, когда компания получает стабильные, высокие прибыли, ее доходы превышающие средний уровень в данной отрасли.

«Гуд-вилл» как экономическая величина оценивается и принимается на баланс только в момент смены владельца предприятия.

«Гуд-виллом» может являться все, что помогает компании получать больше прибыли на единицу активов, чем у средней аналогичной компании, например:

- грамотный руководитель;
- хорошо обученный дружный персонал;
- выгодное территориальное месторасположение.

Существуют различные подходы к определению и оценке деловой репутации (таблица 1):

Стандарт	Определение
<b>ПБУ 14/2007</b> <b>«Учет нематериальных активов»</b>	Деловая репутация ... определяется в виде разницы между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения)
<b>МСФО (IFRS)3</b> <b>«Объединение компаний»</b>	Гуд-вилл, возникающий при объединении компаний – уплачиваемая покупателем сумма сверх рыночной стоимости покупки, в ожидании будущих экономических выгод.
<b>US GAAP, SFAS 142</b> <b>«Гуд-вилл и другие неосязаемые активы»</b>	Гуд-вилл – это превышение стоимости приобретенной компании над стоимостью ее идентифицируемых активов за вычетом обязательств.

Положительная деловая репутация нарабатывается компанией годами, ее формирование помимо высокого качества самого продукта или услуги сопряжено с существенными инвестициями в рекламу и продвижение бренда.

Под понятием *«хорошая деловая репутация компании»* подразумевается:

- сильная команда менеджеров и разработанная маркетинговая стратегия;
- высокое качество продукции (услуг или работ);
- высокие кредитные показатели, а также корпоративная культура и выгодное месторасположение, налаженные отношения с поставщиками.

Стоимость организации, представленной единым имущественным комплексом, существенно отличается от стоимости активов и пассивов организации, доказательство тому большое количество слияний и поглощений в США, Европе, когда компании приобретаются за гораздо большие или наоборот, меньшие суммы, чем стоимости их активов. Разница между этими двумя показателями и называется *«Гуд-вилл»* .

*Оценка деловой репутации предприятия* – это оценка совокупности тех средств, которые дают потребителю мотивацию приобретать тот или иной товар, что в конечном итоге приносит предприятию сверхприбыль.

Несомненно, *«Гуд-вилл»* относится к нематериальным ценностям предприятия, что закреплено статьей 150 Гражданского кодекса РФ.

В тоже время это единственный вид нематериальных активов, который не может рассматриваться отдельно от предприятия.

В ПБУ 14/2007 рассматриваются следующие виды деловой репутации:

- положительная деловая репутация организации рассматривается, как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод, и учитывается в качестве отдельного инвентарного объекта нематериальных активов и амортизируется в течение двадцати лет (но не более срока деятельности организации) линейным способом;
- отрицательная деловая репутация организации рассматривается, как скидка с цены, предоставляемая покупателю в связи с отсутствием факторов наличия стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала и т.п. (другими словами, при отрицательной деловой репутации фактическая стоимость приобретаемой компании или доли в ее капитале ниже реальной стоимости ее активов и обязательств).