

УДК 651.7  
**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ГУДВИЛЛА**

Тимошенко О.А., Чижик К.Д.

Научный руководитель старший преподаватель Семашко Ю.В.  
Белорусский национальный технический университет

Любая компания обладает не только материальными ценностями, такими как здания, оборудование, запасы сырья и материалов, денежные средства и т.д., но и деловой репутацией, сложившимся кругом клиентов и проверенных поставщиков, торговыми марками и брендами, известностью на рынке и другими факторами, которые, на первый взгляд, очень сложно оценить.

Несмотря на сложность оценки гудвилла, существует ряд случаев, когда проведение оценки просто необходимо:

1. покупка (продажа) бизнеса;
2. слияния и поглощения;
3. принятие управленческих решений (при управлении стоимостью компании).

Значение рассматриваемой проблемы усиливается в связи с возрастанием необходимости проведения профессиональной стоимости гудвилла.

Исследование нематериальных активов на основе анализа различных подходов к их трактовке, позволило определить гудвилл как совокупность неотделимых нематериальных преимуществ предприятия, способных приносить ему экстраординарные прибыли и выступающих в качестве ресурсов, используемых в финансово-хозяйственной деятельности.

Отклонение цены продажи предприятия от стоимости его чистых активов обусловлено возмещением стоимости гудвилла, которое для покупателя является приобретенным гудвиллом.

Мониторинг позволяет учесть влияние гудвилла на увеличение стоимости предприятия, а также роль субъективных оценок инвесторов и прочих контрагентов в принятии финансовых решений, с наименьшими трудовыми затратами и более оперативно осуществлять диагностику и коррекцию финансовых решений.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что согласно действующему законодательству гудвилл не отражается в бухгалтерском учёте и финансовой отчётности организации в государстве.