

## КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ГУДВИЛА

*Е.Ю. Саломатина, А.Е. Иванов*

*Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск*

Анализ современной экономической литературы позволяет сделать вывод о многообразии существующих методов оценки гудвила и отсутствии единого методологического подхода к их упорядочиванию, что делает актуальным выделение классификационных признаков и разработку строгой классификации методов оценки гудвила, позволяющей четко отнести каждый из существующих методов к определенному классу.

В статье на основе анализа большого числа рассмотренных в отечественных источниках классификаций методов экономической оценки гудвила составлена авторская классификация, которая имеет следующие отличительные черты: в качестве классификационного признака выступает подход к оценке гудвила: доходный, сравнительный, затратный, доходно-сравнительный и доходно-затратный; обосновывается отнесение каждого метода к соответствующему классу; отсутствует дублирование одинаковых по содержанию, но разных по названию методов, что позволяет избежать путаницы, возникшей при анализе существующих классификаций; в классификацию включены только те методы, которые можно применить на практике самостоятельно (методы, в которых не раскрывается порядок расчета ключевых элементов), исключены.

Кроме того, авторами сформулированы достоинства и недостатки классифицированных методов, что облегчает выбор метода экономической оценки гудвила в практических целях.

В работе использовались общенаучные методы исследования: анализ, синтез, обобщение, дедукция, индукция. Теоретическую и информационную основу исследования составили статьи и монографии отечественных ученых, посвященные вопросам классификации гудвила.

Статья может быть полезной как исследователям, так и представителям бизнес-среды, предоставляя упорядоченную информацию о существующих методах оценки гудвила, их преимуществах и недостатках.

**Ключевые слова:** гудвил, деловая репутация, классификация, оценка.

За последние двадцать лет в российской экономической литературе гудвил из малоизученного сомнительного актива превратился в один из наиболее актуальных объектов исследования. В связи с этим, множество авторов, выдвигает свои точки зрения на сущность, способы учета и методы оценки гудвила.

Анализ современной экономической литературы позволяет сделать вывод о многообразии существующих методов оценки гудвила [15] и отсутствии единого методологического подхода к их упорядочиванию, что делает актуальным выделение классификационных признаков [5] и разработку строгой классификации методов оценки гудвила, позволяющей четко отнести каждый из существующих методов к определенному классу.

Нами были изучены более двадцати классификаций [18] методов оценки гудвила, опубликованных в работах отечественных ученых. В табл. 1 представлен перечень указанных методов (фамилии авторов указаны в хронологическом порядке публикации их работ).

Анализируя существующие классификации, мы столкнулись с рядом неточностей. Так, существуют методы, названия которых встречаются в нескольких авторских классификациях, однако порядок применения указанных методов в интерпретациях разных исследователей отличается. На-

пример, А.В. Бандура [2], Н.В. Бонг [3], В.М. Елисеев [8], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12], М.И. Кузьмина и соавторы [6], И.И. Просвирина [17], В. Самсонов [19], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], А.М. Сметанин [21], Н.А. Соколова [22] в своих классификациях описывают метод избыточных прибылей, однако, в соответствии с приводимым ими порядком расчета, речь, идет об одной из его разновидностей – казначейском методе (он же метод американских налоговых органов, он же метод налогового управления – табл. 2). Под своим настоящим названием казначейский метод описан в работах П.В. Кравченко [13], И.С. Ермаковой [9], А.А. Карпычевой [11], Е.Е. Яскевича [24]. Аналогично выглядит ситуация с методом рыночной капитализации, под названием которого Н.В. Генералова [4], Е.Б. Егорова [7], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.М. Савченко [12] рассмотрели алгоритм применения метода оценки гудвила на основе котировок акций. Метод рыночной капитализации заключается в определении гудвила как разницы между рыночной и балансовой стоимостью чистых активов организации – именно так определяют данный метод в своих работах А. Школин [27], В. Самсонов [19], А.М. Сметанин [21], Н.А. Соколова [22], А.В. Бандура [2], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23]. Метод

Таблица 1

## Методы оценки гудвила, рассмотренные в работах отечественных ученых

Метод оценки	Авторы, рассматривавшие метод
По объему реализации	Н.В. Бонг [3], В.М. Елисеев [8], В. Самсонов [19], А.М. Сметанин [21], П.В. Кравченко [13], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [24], Е.Е. Егорова [7], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Бухгалтерский (МСФО [1], балансово-нормативный, превышение рыночной стоимости над стоимостью активов, общей оценки, официальный, рыночной капитализации)	А.Школин [27], В. Самсонов [19], А.М. Сметанин [21], Н.А. Соколова [22], И.И. Просвирина [17], П.В. Кравченко [13], А.В. Бандура [2], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [24], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Налогового управления (казначейский, американских налоговых органов)	Н.В. Бонг [3], В.М. Елисеев [8], В. Самсонов [19], П.В. Кравченко [13], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [24], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Коростылев [15]
Затрат на создание гудвила	Н.В. Генералова [4], И.С. Ермакова [9], Е.Е. Яскевич [24], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Избыточных прибылей (избыточной рентабельности)	А.М. Сметанин [21], Н.А. Соколова [22], И.И. Просвирина [17], А.В. Бандура [2], Е.Е. Яскевич [24], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], А.Е. Иванов [10], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Мультипликативный (с использованием показателей деловой активности)	А.М. Сметанин [21], А.В. Бандура [2], И.С. Ермакова [9], Е.Е. Яскевич [24], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23]
Социологических опросов	А. Школин [27], Е.Б. Егорова [7], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Текущей дисконтированной оценки	Н.В. Генералова [4], Н.В. Бонг [3], Н.А. Соколова [22], А.В. Бандура [2], А.А. Карпычева [11]
Немецкий (метод практиков)	И.И. Просвирина [17], П.В. Кравченко [13], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [24]
По себестоимости	А.М. Сметанин [21], Е.Е. Яскевич [24], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Котировок акций	Н.В. Генералова [4], Е.Е. Яскевич [24], Е.Б. Егорова [7], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Избыточных ресурсов	Е.Е. Яскевич [24], Е.Б. Егорова [7], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Эдвардса-Белла-Ольсона	Е.Е. Яскевич [24], А.Е. Иванов [10], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12], Фролова и соавторы [25]
Роялти (освобождения от роялти)	А.В. Бандура [2], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], А.Е. Иванов [10]
Опционов (биномиальный)	В.Ю. Лашхия [14], Е.Е. Яскевич [24]
Добавленной экономической ценности	Н.В. Бонг [3]
Квалиметрический	В.М. Елисеев [8], А.М. Сметанин [22], И.И. Просвирина [17], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [25], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [24], М.И. Кузьмина и соавторы [6]
Левериджный	В.М. Елисеев [8], А.М. Сметанин [21], И.И. Просвирина [17], П.В. Кравченко [13], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Е. Яскевич [24], А.Е. Иванов [10]
Brand Finance	А. Школин [27], И.И. Просвирина [17], И.С. Ермакова [9], Е.Е. Яскевич [24], Е.Б. Егорова [7], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23]

Метод оценки	Авторы, рассматривавшие метод
Brand Finance	А. Школин [27], И.И. Просвирина [17], И.С. Ермакова [9], Е.Е. Яскевич [24], Е.Б. Егорова [7], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [24]
Рейтинговый (экспертный)	А. Школин [27], П.В. Кравченко [13], И.С. Ермакова [9], А.А. Карпычева [11], Е.Б. Егорова [7], А.А. Шачнев [26], Ю.И. Сигидов и соавторы [20], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Interbrand	А. Школин [27], И.И. Просвирина [17], Е.Е. Яскевич [24], Е.Б. Егорова [7]
Статистический	И.И. Просвирина [17], Е.Е. Яскевич [24]
На основе добавленной интеллектуальной стоимости (косвенный)	А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]
Аналитический	А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23]
V-Ratio	Е.Е. Яскевич [24]
Контент-анализа СМИ	А.А. Шачнев [26]
По Ч. Фомбруму	

на основе котировок акций является разновидностью метода рыночной капитализации, применяемой для оценки гудвила публичных компаний, и заключается в вычислении гудвила как разности между произведением курса и количества выпущенных компанией акций и стоимостью чистых скорректированных активов компании – такой метод выделил Е.Е. Яскевич [24].

Наиболее популярным классификационным признаком в рассмотренных классификациях методов оценки гудвила является возможность количественной оценки. Разделение методов оценки гудвила на качественные и количественные в своих работах осуществили А. Школин [27], Е.Б. Егорова [7], А.А. Солоненко и Г.А. Петровская [23], М.И. Кузьмина и соавторы [6], Н.А. Ковалева и Н.Л. Савченко [12]. Рассмотрение качественных методов оценки выходит за рамки настоящей статьи, так как их применение не позволяет осуществить экономическую оценку гудвила – речь идет о получении набора характеристик, описывающих восприятие компании обществом. Поэтому методы социологических опросов, рейтинговый, контент-анализа СМИ, Ч. Фомбрума были исключены из рассмотрения при разработке классификации.

Относительно количественных методов оценки П.В. Кравченко [13], А.А. Карпычева [11] разделяют методы, относящиеся к подходу избыточных прибылей и структурному подходу, А.М. Сметанин – прямые и косвенные методы [21], Н.А. Соколова – методы оценки, исходя из исторической и справедливой цен [22], а Е.Е. Яскевич выделяет затратный, сравнительный, доходный и затратно-доходный подходы к оценке гудвила [24].

На наш взгляд, именно выделение в качестве классификационного признака подхода к оценке

гудвила дает возможность наиболее четко классифицировать количественные методы оценки гудвила, избежав включения какого-либо из методов более чем в один класс или исключения из всех классов. Однако, на наш взгляд, ряд методов в квалификации Е.Е. Яскевича некорректно отнесен к тому или иному подходу. Так, метод капитализации затрат на создание гудвила, по нашему мнению, имеет черты не доходного, а затратного подхода (поскольку гудвил оценивается по сумме затрат на его создание). Методики компаний Brand Finance и Interbrand основаны на сопоставлении ряда показателей оцениваемой компании (в т.ч. дисконтированного дохода) с данными по отрасли, следовательно, их можно отнести не только к доходному, но и сравнительному подходу. Немецкий метод, по нашему мнению, следует отнести не к затратному, а к доходно-затратному подходу, поскольку при его применении гудвил находится как разница между величиной капитализированного дохода (доходный подход) и чистых скорректированных активов (затратный подход).

Кроме того, часть количественных методов оценки гудвила, рассмотренных отечественными авторами, невозможно применить на практике самостоятельно. Так, порядок расчета в статистическом методе [17, 24], а также в методиках компаний Interbrand [7, 10, 17, 24, 27], Brand Finance [7, 9, 10, 17, 23, 24, 27], V-Ratio [24] засекречен; в формуле расчета гудвила квалиметрическим методом суммируются абсолютные и относительные показатели, что не позволяет получать корректную оценку гудвила [6, 8, 11, 17, 21, 23, 24]; для левориджного [8–11, 13, 17, 21, 24], аналитического [23], мультипликативного [2, 9, 21, 23, 24] и метода оценки на основе добавленной интеллектуаль-

ной стоимости (косвенного метода) [12, 23] авторы не объясняют, каким образом рассчитываются ключевые показатели.

На основании проведенного анализа, нами была составлена авторская классификация методов оценки гудвила (см. рисунок). Особенности указанной классификации, позволяющими улучшить существующие методические подходы к классификации гудвила, являются:

1) в качестве классификационного признака выступает подход к оценке гудвила: доходный (гудвил оценивается через «сверхприбыль» компании, которую он генерирует), сравнительный (гудвил оценивается через сравнение стоимости компании со стоимостью других компаний), затратный (гудвил оценивается как сумма затрат, необходимых для его воссоздания или замещения), доходно-сравнительный (сочетание инструментария доходного и сравнительного подходов) и доходно-затратный (сочетание инструментария доходного и

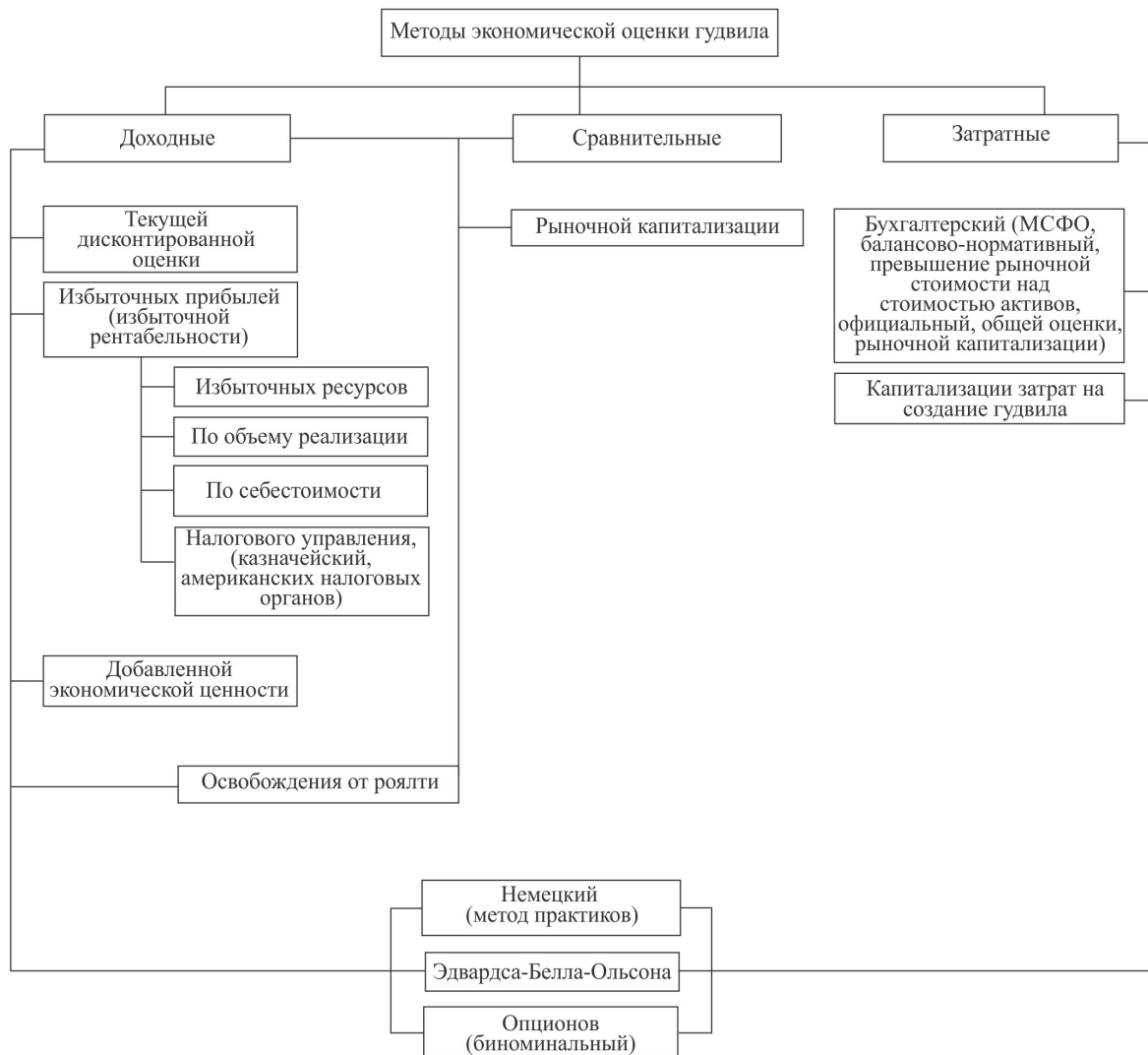
затратного подходов);

2) обосновывается отнесение каждого метода к соответствующему классу (табл. 2);

3) отсутствует дублирование одинаковых по содержанию, но разных по названию методов (синонимичные названия приведены в скобках), что позволяет избежать путаницы, возникшей при анализе существующих классификаций;

4) в классификацию включены только те методы, которые можно применить на практике самостоятельно, т. е. методы, в которых не раскрывается порядок расчета ключевых элементов, исключены.

В табл. 2 представлены основания для включения каждого из классифицируемых методов оценки гудвила в конкретный класс, а также сформулированные нами достоинства и недостатки рассматриваемых методов. Порядок применения рассмотренных методов рассмотрен нами в более ранних работах.



Классификация методов экономической оценки гудвила

Достоинства и недостатки методов оценки гудвила

Метод оценки	Основание для включения в класс	Достоинства	Недостатки
<i>Доходный подход</i>			
Текущей дисконтированной оценки	В основе метода – дисконтирование чистого дохода предприятия, обусловленного наличием гудвила	Возможность использования для оценки гудвила любых компаний, независимо от их размера, публичности и вида деятельности	Сложность корректного определения предполагаемого срока жизни гудвила. Сложность выделения части дохода компании, генерируемого гудвилем
Избыточных прибылей (избыточной рентабельности)	В основе метода – дисконтирование разницы между нормализованной прибылью предприятия и величиной чистых скорректированных активов, умноженных на среднеотраслевую рентабельность таких активов (т.е. нормальной для отрасли прибылью для компании с такой величиной активов)	Наиболее логичный порядок определения величины гудвила: гудвил среди методов, относящихся к доходному подходу	Сложность корректного определения ожидаемого периода использования гудвила. Необходимость в наличии среднеотраслевых показателей для осуществления оценки
Избыточных ресурсов	Модификация метода избыточных прибылей. В основе метода – расчет гудвила как разницы между отношением чистой прибыли к рентабельности совокупных активов (т.е. стоимости активов, необходимой для получения нормальной для отрасли прибыли) и стоимости совокупных активов компании. Полученная таким образом стоимость «избыточных» ресурсов корректируется на долю собственных средств в структуре пассивов компании	Отсутствует необходимость определения горизонта прогноза и ставки дисконтирования	Метод основывается на предположении, что гудвил формируется только за счет собственных средств, однако заемные средства также генерируют гудвил. Необходимость в наличии среднеотраслевых показателей для осуществления оценки
По объему реализации	Модификация метода избыточных прибылей. В основе метода – капитализация чистой прибыли компании за вычетом себестоимости реализованной продукции с поправкой на среднеотраслевый мультипликатор прибыль/выручка	Учитывается не только абсолютная величина сверхприбылей компании, обладающей гудвилем, но и связь прибыли с выручкой, а также структура активов компании	Применение метода возможно лишь для компаний, представляющих наиболее развитые и стабильные отрасли, иначе резкие изменения среднеотраслевого коэффициента рентабельности реализации продукции отрицательно повлияют на оценку гудвила отдельно взятой компании

Продолжение табл. 2

Метод оценки	Основание для включения в класс	Достоинства	Недостатки
По себестоимости	Модификация метода избыточных прибылей. В основе метода – капитализация чистой прибыли компании за вычетом себестоимости реализованной продукции с поправкой на среднеотраслевой мультипликатор прибыль/себестоимость	Учитывается не только абсолютная величина сверхприбылей компании, обладающей гудвиллом, но и связь прибыли с себестоимостью, а также структура активов компании	Применение метода возможно лишь для компаний, представляющих наиболее развитые и стабильные отрасли, иначе резкие изменения среднеотраслевого коэффициента рентабельности производственной деятельности отрицательно повлияют на оценку гудвила отдельно взятой компании
Налогового управления (метод американских налоговых органов, казначейский метод)	Модификация метода избыточных прибылей. В основе метода – капитализация чистого операционного дохода, полученного не от использования материальных активов	При наличии рассчитанных или законодательно установленных коэффициентов капитализации прост в применении	Сложность корректного определения коэффициентов капитализации. Кроме того, при использовании данного метода гудвилл приравнивается ко всем нематериальным активам, принадлежащим компании, которые считаются источником сверхприбыли
Добавленной экономической ценности	В основе метода – чистая операционная прибыль за вычетом процента на капитал, которая делится на безрисковую процентную ставку	При правильно рассчитанных исходных данных, прост в применении	Сложность корректного определения процентной ставки на капитал
Основной недостаток доходного подхода к оценке гудвила заключается в сложности определения ставки дисконтирования (капитализации) и горизонта прогнозирования			
<i>Сравнительные</i>			
Рыночной капитализации (на основе котировок акций)	В основе метода – определение рыночной стоимости компании (для публичных компаний это произведение количества акций компании на биржевой курс, для непубличных – рыночная стоимость компании-аналога) и сравнение ее со стоимостью чистых активов компании. Гудвилл рассчитывается как разница между указанными показателями	Прост в применении, учитывает мнение участников фондового рынка о компании	Сложность в использовании для непубличных компаний. Возможность искажения рыночной стоимости публичных компаний под влиянием спекуляции на фондовом рынке
Основной недостаток сравнительного подхода к оценке гудвила заключается в сложности подбора аналога с известной рыночной стоимостью для непубличных компаний			

Метод оценки	Основание для включения в класс	Достоинства	Недостатки
<i>Затратные</i>			
Бухгалтерский	В основе метода – определение величины гудвила как разницы между затратами на приобретение компании и балансовой стоимостью ее чистых активов	Прост в применении, исходные данные доступны в финансовой отчетности компании	Ретроспективность: применение возможно лишь после покупки компании
Капитализации затрат на создание гудвила	В основе метода – суммирование затрат по увеличению эффективности компании, которые формируют величину гудвила	Позволяет определить внутреннюю себестоимость гудвила, выявив источники его создания	Сложность корректного определения перечня затрат, формирующих стоимость гудвила
Основной недостаток затратного подхода к оценке гудвила заключается в сложности определения составляющих гудвила: в его апостериорную оценку могут входить суммы необоснованной переплаты за компанию, а в априорную – не войти суммы расходов, генерирующие гудвил			
<i>Доходно-сравнительные</i>			
Освобождения от роялти (Существует множество конкретных методик расчета репутационных индексов, выделяемых отдельными авторами в качестве самостоятельного метода (например, методики компаний Interbrand, Brand Finance, V-Ratio)	В основе метода – приравнивание величины гудвила к стоимости лицензии за пользование брендом оцениваемой компании. Для определения стоимости такой лицензии оценка будущих доходов, генерируемых брендом, умножается на мультипликатор, определяющий способность бренда генерировать доходы в будущем на фоне конкурентов	Опыт ведущих мировых оценочных фирм показывает пригодность метода для практического применения.	Сложность корректного определения как ставки дисконтирования, так и мультипликатора
Доходно-сравнительный подход вобрал в себя недостатки как доходного, так и сравнительного подходов: при использовании доходного подхода сложно корректно определить ставку дисконтирования и горизонт прогнозирования, при использовании сравнительного – мультипликатор			
<i>Доходно-затратный подход</i>			
Немецкий (метод практиков)	В основе метода – определение величины гудвила как половины разницы между капитализированной чистой прибылью компании и чистыми скорректированными активами	Позволяет частично нивелировать влияние выделенного подхода к оценке (оптимизм / консерватизм в оценке капитализированной чистой прибыли компании доходным подходом может уравновешиваться оптимизмом / консерватизмом при оценке чистых скорректированных активов)	Излишне оптимистичные расчеты при определении и капитализированной чистой прибыли при излишне консервативной оценке чистых скорректированных активов приводят к эффекту резонанса

Окончание табл. 2

Метод оценки	Основание для включения в класс	Достоинства	Недостатки
На основе модели Эдвардса–Белла–Ольсона	В основе метода – определение величины гудвила как суммы стоимости чистых активов компании в момент оценки и будущих сверхприбылей. Последние определяются исходя из превышения рентабельности авансированного капитала компании над ее затратами на капитал (ставкой дисконтирования)	Возможность прогнозирования не абсолютного показателя прибыли, а относительного показателя рентабельности авансированного капитала компании	Соотношение чистого прироста (изменение стоимости чистых активов компании под влиянием лишь дивидендов и прибыли), на котором базируется модель, не всегда выполняется на практике из-за особенностей бухгалтерских стандартов, что снижает точность оценки
Опционов (биномиальный)	В основе метода – определение величины гудвила как разницы между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее активов. При этом рыночная стоимость компании приравнивается к стоимости опциона на покупку активов компании	Учет большего количества параметров, влияющих на стоимость компании, нежели чем при применении методов, основанных на доходном или затратном подходе к оценке	Сложность корректного определения периода до исполнения опциона
Основной недостаток доходно-затратного подхода заключается в сложности определения горизонта прогнозирования			

На основании проведенного анализа, мы убедились, что при наличии большого разнообразия среди методов оценки гудвила, ни один из них не сочетает в себе универсальность, простоту в применении и достоверность оценки. Поэтому разработка метода, отвечающего вышеперечисленным требованиям, является приоритетной задачей в наших дальнейших исследованиях.

### Литература

1. IFRS 3 «Business Combinations» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf)
2. Бандура, А.В. Гудвилл и методы его оценки / А.В. Бандура // Актуальные вопросы экономических наук. – 2008. – № 2. – С. 364–368.
3. Бонг, Н.В. Инструменты и методы управления деловой репутацией промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н.В. Бонг. – СПб., 2004. – 193 с.
4. Генералова, Н.В. Гудвилл как категория бухгалтерского учета: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Н.В. Генералова. – СПб., 2004. – 24 с.
5. ГОСТ 7.74-96. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информатизации, библиотечному и издательскому делу. Информационно-поисковые языки. Термины и определения. – Введ. 27.11.1996 Постановлением Госстандарта РФ № 651. – 38 с.
6. Деловая репутация бизнеса: стоимостная оценка и управление: монография / М.И. Кузьмина, Г.С. Мерзликина, О.А. Минаева, Н.О. Могхарбел, Т.Ю. Решетникова, Л.А. Шмидт; под науч. ред. Г.С. Мерзликиной. – Волгоград: ВолгГТУ, 2015. – 128 с.
7. Егорова, Е.Б. Оценка стоимости деловой репутации публичных компаний: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / Е.Б. Егорова. – Самара, 2011. – 19 с.
8. Елисеев В.М. Гудвилл: проблема оценки и отражения в отчетности / В.М. Елисеев // Вопросы оценки. – 2004. – № 1. – С. 167–179.
9. Ермакова, И.С. Методологическая основа расчета величины внутренне созданного гудвила / И.С. Ермакова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2009. – № 6-2. – С. 214–217.
10. Иванов, А.Е. Критический обзор основных методов оценки гудвила непубличных компаний, применяющихся при планировании слияний и поглощения / А.Е. Иванов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – №38 (224). – С. 31–41.
11. Карпычева, А.А. Развитие методологии бухгалтерского учета гудвила в организациях АПК: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / А.А. Карпычева. – М., 2010. – 25 с.



12. Ковалева, Н.А. Гудвил и его оценка в современной экономике / Н.А. Ковалева, Н.Л. Савченко // *Креативный менеджмент*. – 2016. – № 3. – С. 40–44.
13. Кравченко, П.В. Оценка гудвила предприятия на региональном рынке: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / П.В. Кравченко. – Новосибирск, 2006. – 158 с.
14. Лаихия, В.Ю. Определение деловой репутации компании методом опционов / В.Ю. Лаихия // *Финансовая газета*. – 2001. – № 18.
15. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. Часть 3 / под ред. д.т.н. С.П. Коростелева. – М., 2003. – 84 с.
16. Оценка стоимости предприятия (бизнес): учебник для бакалавров / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А.П. Поляков; под общ. ред. В.И. Бусова. – М.: Юрайт, 20014. – 430 с.
17. Просвирина, И.И. Оценка внутренне созданного гудвила компаний / И.И. Просвирина // *Международный бухгалтерский учет*. – 2005. – № 9. – С. 23–30.
18. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь – 2-е изд., испр. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 476 с.
19. Самсонов В. Как оценить гудвилл / В. Самсонов, С. Харченко // *Финансовый директор*. – 2004. – № 2. – <http://fd.ru/articles/7327-kak-otsenit-gudvill>
20. Сигидов, Ю.И. Деловая репутация (гудвил) коммерческих банков: сущность, классификация и методы оценки / Ю.И. Сигидов, Е.П. Андрианова, А.А. Баранников // *Научный журнал КубГАУ*. – 2012. – № 82 (08). – 21 с.
21. Сметанин, А.М. Оценка гудвила в принятии финансовых решений: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10 / А.М. Сметанин. – Волгоград, 2005. – 208 с.
22. Соколова, Н.А. Учет и анализ гудвила: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Н.А. Соколова. – СПб., 2005. – 24 с.
23. Солоненко, А.А. Понятие, виды, методы оценки и учет деловой репутации / А.А. Солоненко, Г.А. Петровская // *Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика*. – 2014. – № 2. – С. 110–119.
24. Справочник расчетных данных для оценки и консалтинга (Окончание финансового кризиса) (СРД № 6) / под ред. канд. техн. наук Е.Е. Яскевича. – М.: ООО «Научно-практический центр профессиональных оценщиков», 2010. – 50 с.
25. Фролова, Н.В. Оценка стоимости компании с использованием модели Эдвардса-Белла-Ольсона / Н.В. Фролова, Т.Б. Харитонова, Г.В. Овечкина // *Управление большими системами: сборник трудов*. – 2006. – № 14. – С. 55.
26. Шачнев, А.А. Формирование политики управления гудвилл-ресурсами промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.А. Шачнев. – Пенза, 2012. – 27 с.
27. Школин, А. Как оценить деловую репутацию / А. Школин // *Финансовый директор*. – 2004. – №3 (44). – <http://www.finansmag.ru/4938>.

**Саломатина Екатерина Юрьевна.** Аспирант кафедры «Экономика, управление и инвестиции», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), [salomatina\\_ey@mail.ru](mailto:salomatina_ey@mail.ru)

**Иванов Алексей Евгеньевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), [ivanov.chel@list.ru](mailto:ivanov.chel@list.ru)

*Поступила в редакцию 28 июля 2016 г.*

DOI: 10.14529/em160303

## CLASSIFICATION OF ECONOMIC EVALUATION METHODS OF GOODWILL

**E.Yu. Salomatina, A.E. Ivanov**

*South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation*

The analysis of modern economic literature allows drawing a conclusion on variety of existing evaluation methods of goodwill and lack of common methodological approach to their regulation, which actualizes the classification signs and development of the strict classification of goodwill evaluation methods that allows assigning accurately each of the existing methods to a certain class.

The author's classification is constructed in the article based on the analysis of a large number of classifications of goodwill economic evaluation methods considered in domestic sources. The classification has the following distinctive features: profitable, comparative, cost, profitable and comparative, and profitable and cost approaches to a goodwill evaluation act as a classification sign; reference of each method to the corresponding class is proved; there is no duplication of similar in content, but different in titles methods, which allows avoiding confusion arisen during the analysis of the existing classifications; classification includes only the methods that can be applied in practice independently (methods which do not reveal the procedure of settlements of key elements are excluded).

Besides, the authors formulate merits and demerits of the classified methods, which simplifies the choice of goodwill economic evaluation method in the practical purposes.

General scientific methods of research are used in the paper: analysis, synthesis, generalization, deduction, and induction. Articles and monographs written by domestic scientists on the questions of goodwill classification form the theoretical and informational basis of the research.

The article can be useful both to researchers and to the representatives of a business environment, providing the ordered information on the existing goodwill evaluation methods, their advantages and disadvantages.

**Keywords:** goodwill, business reputation, classification, evaluation.

### References

1. IFRS 3 "Business Combinations". Available at: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/consolidated/ifrs3_en.pdf)
2. Bandura A.V. Gudvill i metody ego otsenki [Goodwill and methods of his assessment]. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk*, 2008, no. 2., pp. 364–368.
3. Bong N.V. *Instrumenty i metody upravleniya delovoy reputatsiey promyshlennykh predpriyatiy* [Instrument and methods of management of business reputation of industrial enterprises]. Dis. kand. ekon. nauk, St. Petersburg, 2004, 193 p.
4. Generalova N.V. *Gudvil kak kategoriya bukhgalterskogo ucheta* [Goodwill as category of financial accounting]. Dis. ... kand. ekon. nauk. St. Petersburg, 2004, 24 p.
5. GOST 7.74-96. *Mezhhgosudarstvennyy standart. Sistema standartov po informatizatsii, biblioteknomu i izdatel'skomu delu. Informatsionno-poiskovye yazyki. Terminy i opredeleniya* [State Standard 7.74-96. Interstate standard. System of standards according to information, library and to publishing. Information retrieval languages. Terms and determinations]. Vved. 11/27/1996 Resolution of Gosstandart of the Russian Federation No. 651. 38 p.
6. Kuzmina M.I., Merzlikin G.S., Minayev O.A., Mogkharbel N.O., Reshetnikova T.Yu., Schmidt L.A. *Delovaya reputatsiya biznesa: stoimostnaya otsenka i upravlenie* [Business reputation of business: cost assessment and management]. Volgograd, 2015, 128 p.
7. Egorova E.B. *Otsenka stoimosti delovoy reputatsii publichnykh kompaniy* [Value assessment of business reputation of the public companies]. Avtoref. dis. kand. ekon. nauk. Samara, 2011. 19 p.
8. Eliseev V.M. Gudvill: problema otsenki i otrazheniya v otchetnosti [Goodwill: a problem of an assessment and reflection in the reporting]. *Voprosy otsenki* [Assessment Questions], 2004, no. 1, pp. 167–179.
9. Ermakova I.S. Metodologicheskaya osnova rascheta velichiny vnutrenne sozdannogo gudvila [Methodologic a basis of calculation of size of internally created goodwill]. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk* [Topical issues of economic sciences], 2009, no. 6-2, pp. 214–217.
10. Ivanov A.E. Kriticheskiy obzor osnovnykh metodov otsenki gudvila nepublichnykh kompaniy, primenyayushchikhsya pri planirovaniy sliyaniy i pogloshcheniya [Critical the overview of the main evaluation methods of a goodwill of the nonpublic companies which are applied when planning merges and absorption]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya* [Financial analytics: problems and decisions], 2014, no. 38(224), pp. 31–41.
11. Karpycheva A.A. *Razvitie metodologii bukhgalterskogo ucheta gudvila v organizatsiyakh APK* [Development of methodology of financial accounting of a goodwill in the agrarian and industrial complexes organizations]. Dis. kand. ekon. nauk. Moscow, 2010. 25 p.
12. Kovaleva N.A., Savchenko N.L. Gudvil i ego otsenka v sovremennoy ekonomike [Goodwill and his assessment in modern economy]. *Kreativnyy menedzhment* [Creative management], 2016, no. 3, pp. 40–44.
13. Kravchenko P.V. *Otsenka gudvila predpriyatiya na regional'nom rynke* [Value of a goodwill of the entity in the regional market]. Dis. kand. ekon. nauk. Novosibirsk, 2006. 158 p.
14. Lashkhiya V.Yu. Opredelenie delovoy reputatsii kompanii metodom optsonov [Determination of business reputation of the company by method of options]. *Finansovaya gazeta* [Financial newspaper], 2001, no. 18.
15. Korostelev S.P. *Otsenka intellektual'noy sobstvennosti i nematerial'nykh aktivov* [Assessment of intellectual property and intangible assets]. Pt. 3. Moscow, 2003, 84 p.

16. Busov V.I., Zemlyansky O.A., Polyakov A.P. *Otsenka stoimosti predpriyatiya (biznes)* [Value assessment of the entity (business)]. Moscow, Yurayt Publ., 20014. 430 p.
17. Prosvirina I.I. *Otsenka vnutrenne sozdannogo gudvilla kompaniy* [Value of internally created goodwill of companies]. *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet*, 2005, no. 9, pp. 23–30.
18. Rayzberg B.A., Lozovsky L.Sh., Starodubtsev E.B. *Sovremennyy ekonomicheskiy slovar'* [Modern economic dictionary]. 2nd ed. Moscow, INFRA-M Publ., 1999. 476 p.
19. Samsonov V., Harchenko S. *Kak otsenit' gudvill* [How to estimate a goodwill]. *Finansovyy direktor*, 2004, no. 2. Available at: <http://fd.ru/articles/7327-kak-otsenit-gudvill>
20. Sigidov Yu.I., Andrianova E.P., Barannikov A.A. *Delovaya reputatsiya (gudvil) kommercheskikh bankov: sushchnost', klassifikatsiya i metody otsenki* [Business reputation (goodwill) of commercial banks: essence, classification and evaluation methods]. *Nauchnyy zhurnal KubGAU*, 2012, no. 82 (08). 21 p.
21. Smetanin A.M. *Otsenka gudvila v prinyatii finansovykh resheniy* [Value of a goodwill in acceptance of finance solutions]. Dis. kand. ekon. nauk. Volgograd, 2005. 208 p.
22. Sokolova N.A. *Uchet i analiz gudvila* [Accounting and analysis of a goodwill]. Dis. kand. ekon. nauk. St. Petersburg, 2005. 24 p.
23. Solonenko A.A., Petrovskaya G.A. *Ponyatie, vidy, metody otsenki i uchet delovoy reputatsii* [Notion, types, evaluation methods and accounting of business reputation]. *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2014, no. 2, pp. 110–119.
24. Yaskevich E.E. *Spravochnik raschetnykh dannykh dlya otsenki i konsaltinga (Okonchanie finansovogo krizisa) (SRD № 6)* [The reference book of settlement data for an assessment and consulting (The end of financial crisis) (No. 6 SRD)]. Moscow, 2010. 50 p.
25. Frolova N.V., Haritonova T.B., Ovechkina G.V. *Otsenka stoimosti kompanii s ispol'zovaniem modeli Edvardsa-Bella-Ol'sona* [A value assessment of the company with use of model of Edvardsa-Bella-Olson]. *Upravlenie bol'shimi sistemami: sbornik trudov*, 2006, no. 14, pp. 55.
26. Shachnev A.A. *Formirovanie politiki upravleniya gudvill-resursami promyshlennogo predpriyatiya* [Forming of policy of management goodwill resources of industrial enterprise]. Dis. kand. ekon. nauk. Penza, 2012. 27 p.
27. Shkolin A. *Kak otsenit' delovuyu reputatsiyu* [How to estimate business reputation]. *Finansovyy direktor*, 2004, no. 3 (44). Available at: <http://www.finansmag.ru/4938>.

**Ekaterina Yu. Salomatina.** PhD student of the Department of Economics, Management and Investments, South Ural State University, Chelyabinsk, [salomatina\\_ey@mail.ru](mailto:salomatina_ey@mail.ru)

**Aleksey E. Ivanov.** Candidate of Sciences (Economics), Associate professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, South Ural State University, Chelyabinsk, [ivanov.chel@list.ru](mailto:ivanov.chel@list.ru)

*Received 28 July 2016*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Саломатина, Е.Ю. Классификация методов экономической оценки гудвила / Е.Ю. Саломатина, А.Е. Иванов // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2016. – Т. 10, № 3. – С. 26–36. DOI: 10.14529/em160303

### FOR CITATION

Salomatina E.Yu., Ivanov A.E. Classification of Economic Evaluation Methods of Goodwill. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2016, vol. 10, no. 3, pp. 26–36. (in Russ.). DOI: 10.14529/em160303