

Е.А. Нестеренко, А.Ф. Шуплецов

**МЕСТО И РОЛЬ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ (ГУДВИЛЛА)
В ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ**

В публикации определяется отношение деловой репутации (гудвилла) к финансовой устойчивости компании. Проведен анализ существующих подходов и методик определения финансовой устойчивости и ее составляющих. Было выявлено отсутствие единого понимания определения финансовой устойчивости. В этой связи в работе предложено использовать комплексное понятие финансовой устойчивости и определяются факторы, влияющие на нее. По итогу проведенного исследования показано место и роль деловой репутации (гудвилла) в финансовой устойчивости компании.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; деловая репутация; гудвилл; влияние гудвилла; анализ баланса.

Е.А. Nesterenko, A.F. Shupletsov

**THE PLACE AND ROLE OF BUSINESS REPUTATION (GOODWILL)
IN THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY**

The publication defines the relationship of business reputation (goodwill) to the financial stability of the company. The analysis of existing approaches and methods for determining financial stability and its components. There was a lack of common understanding of the definition of financial stability. In this regard, the paper proposes to use a complex concept of financial stability and identifies the factors influencing it. Based on the results of the study, the place and role of business reputation (goodwill) in the financial stability of the company is shown.

Keywords: financial stability; business reputation; goodwill; goodwill impact; balance sheet analysis.

В современных условиях экономики для развития и укрепления позиций компании на рынке ее руководство должно находить эффективные источники финансирования, а также проводить на постоянной основе оценку темпов и уровня развития компании с позиции финансового обеспечения. В этом нуждается как сама компания, так и ее партнеры. Оценка финансовой устойчивости помогает определить финансовые возможности контрагента на долгосрочную перспективу, в современных условиях — главная характеристика финансово-экономической деятельности компании.

Понятие «финансовая устойчивость» отличается от таких, как «платежеспособность» и «кредитоспособность», тем, что является более широким и включает в себя всестороннюю оценку деятельности компании.

В отечественной литературе существуют различные определения сущности финансовой устойчивости, в подтверждение этого рассмотрим некоторые из них.

Например, финансовая устойчивость трактуется как положение, в котором находятся счета компании, и их состояние гарантировать непрерывную платежеспособность [1]. Это определение интересно тем, что ежедневно проводимые хозяйственные операции действительно являются раздражителем определенного состояния финансовой устойчивости компании и могут стать причиной перехода компании из одного типа в другой. То есть финансовая устойчивость компании может улучшиться, ухудшиться, но также может остаться неизменной. Определив верхние и нижние пределы, в которых меняются источники средств финансирования деятельности, компания сможет создавать такие хозяйственные операции, которые приведут ее, во-первых, к улучшению материальной состоятельности, во-вторых, повысят ее финансовую устойчивость.

Также финансовую устойчивость можно рассмотреть как неотъемлемый элемент, возникающий в ходе успешной жизнедеятельности компании, когда статьи доходов преобладают над статьями расходов, обеспечивая свободное использование денежных средств, безостановочную хозяйственную деятельность. Согласно такому определению, главной составляющей общей устойчивости компании выступает именно финансовая устойчивость.

Некоторые авторы рассматривают финансовую устойчивость через финансовые ресурсы, их использование, распределение и состояние. Так как именно они дают возможность организации развиваться в условиях роста прибыли и капитала, но оставляя платежеспособность и кредитоспособность в условиях приемлемого уровня риска [2].

Оценивая подобный подход к показателю «финансовая устойчивость», отметим, что в настоящее время в экономической литературе этот термин продолжает быть неоднозначным. Эта неопределенность возникла вследствие того, что анализ баланса можно проводить двумя способами, в зависимости от выбранного способа анализа баланса, финансовая устойчивость будет интерпретироваться по-разному. Первый способ — традиционный, здесь финансовая устойчивость будет подвержена влиянию правил, действия которых сводятся к обеспечению состояния равновесия финансовых структур и избеганию рисков для инвесторов и кредиторов [3].

Традиционный анализ ликвидности баланса рассматривает правила финансового стандарта и включает следующие:

1. Правило максимального финансирования. Согласно этому правилу, размер заемного капитала не может быть выше обозначенного значения объема средств всех планируемых вложений, меняющихся от условий кредитования [4].

2. Правило минимального финансового равновесия. Для его выполнения ликвидность должна быть положительна. Это правило предусматривает наличие запаса финансовой прочности «положительного сальдо объема текущих активов и обязательств, связанных с риском появления расхождений в периоде оборачиваемости краткосрочных статей актива и пассива баланса и объемах времени».

3. Правило максимальной задолженности. Определяют лимит покрытия задолженности собственными средствами компании, т.е. долгосрочные и среднесрочные долги не должны превышать половины постоянного капитала.

Вторым способом анализа баланса выступает функциональный анализ. Финансовая устойчивость в рамках использования этого вида анализа включает:

1. Поддержку финансового равновесия за счет включения в его состав стабильных размещений средств, покрываемых за счет постоянного капитала. Из указанного следует вывод, что стабильные ресурсы являются собственным капиталом и приравненные к нему средства должны полностью покрывать стабильно размещенные активы. Соотношение меньше 100% свидетельствует о том, что часть размещенных средств финансируется нестабильными ресурсами, выступающими в форме краткосрочных обязательств, а значит компания подвержена финансовой уязвимости [3].

Краткосрочное финансирование подразумевает изменение потребности в оборотных активах в течение отчетного периода, что может привести к:

- краткосрочному появлению свободных источников собственных оборотных средств в результате излишней обеспеченности оборотными активами;
- необходимости привлечения новых заемных средств из-за нехватки оборотных активов.

2. Оценку общей задолженности проводят путем соотнесения величины всех заемных средств с величиной собственных.

Только исполнив вышеуказанные требования, компания обеспечит основное уравнение бухгалтерского учета (равенство денежных средств). Основываясь на проведенном анализе, уточнено определение финансовой устойчивости. Это — комплексное понятие, возникающее в результате ведения бизнесом экономической деятельности, вбирая внешние формы проявления, одновременно находясь под влиянием большого количества условий.

Финансовая устойчивость компании постоянно подвергается влиянию внешней и внутренней среды. Традиционно среди внешних факторов влияния выделяют: уровень научно-технического прогресса; покупательную способность населения; геополитическое положение страны на международной арене, ее конкурентоспособность; состояние политики (стабильность), а также ее направления внутри страны; привычки, традиции и нормы потребления населения.

В настоящее время политическая ситуация в мире, инфляция и общеэкономический спад негативно сказываются на финансовом положении множества российских компаний. Компания может уменьшить негативное влияние общего спада благодаря проведению гибкой внутренней политики. Отметим, что внутренние факторы, которые помогают компании развиваться, являются результатом ее работы. Их можно объединить в четыре группы: стратегия компании; принципы деятельности компании; ресурсы компании и их использование; уровень и качество маркетинговой стратегии компании. Каждая группа, в свою очередь включает в себя ряд других конкретных факторов, которые действуют избирательно.

На ухудшение финансовой устойчивости компании могут повлиять такие внутренние изменения, как:

1. Возникновение убытков, связанных с неудовлетворительной работой на рынке, несвоевременным обновлением товарного ассортимента или неконкурентоспособным товаром.

2. Рост расходов по продажам, как следствие, лишних работников и применение дорогостоящих технологий и предметов труда.

3. Падение культуры производства, что подразумевает под собой утрату квалифицированного персонала, комфортной психологической атмосферы на рабочем месте, снижение результативности работы.

4. Отсутствие мотивации у сотрудников.

5. Непроработанные миссия и философия компании.

Совместное действие внутренних и внешних факторов приводит к банкротству предприятий. В странах со стабильным политическим строем и развитой рыночной экономикой около 30 % случаев банкротства организаций связано с внешними факторами, а остальные 70 % — с внутренними. При любом соотношении внешних и внутренних факторов в устойчивом развитии производства бесспорно одно — лучшие предприятия по организационно-технологическому уровню, финансово-экономическому состоянию имеют и высокую деловую репутацию. Противоположное утверждение отнюдь небесспорно, поскольку деловая репутация в значительной мере может определяться монопольным положением производителя, агрессивной рекламой и другими субъективными факторами [6].

Поэтому для того чтобы экономические ограничения не оказывали критического негативного воздействия на устойчивость компании, ей необходимо поддерживать на высоком уровне свою деловую репутацию. Положительная деловая репутация поможет не только с минимальными потерями преодолеть негативные последствия, но и увеличить количество контрагентов за счет ухудшения финансовой устойчивости либо банкротства подобных компаний, работающих на рынке.

В современной литературе деловая репутация (гудвилл) трактуется как, в первую очередь, мнение о компании как внешних контрагентов, так и работников компании, во вторую — как желание контрагентов вести совместные дела, основанное на доверии и лояльности к целям и стратегии деятельности компании.

Термин «гудвилл» имеет множество синонимов, например, таких как «бренд», «известность», «имидж», но они характеризуют гудвилл только с одной стороны и используются для обобщенной, эмоциональной оценки. Сам же термин «гудвилл» представляет компанию как субъект определенного вида деятельности.

Гудвилл основывается на оценке, проводимой уполномоченными лицами, результатов и последствий деятельности компании. Обобщенно оценка гудвилла складывается из количественной оценки стоимости компании участника рынка и общей оценки состояния компании.

Оценка содержания гудвилла может вызывать во внешней среде положительные или отрицательные реакции, связанные с принятием или отрицанием оценок. Та или иная реакция внешней среды обусловлена тем, что разными заинтересованными лицами рассматриваются разные факторы, влияющие на гудвилл. Инвесторы оценивают гудвилл компании по динамике ее развития и способности приносить доходность от вложенных средств, уровню прозрачности и доступности

сти организации, кредиторы оценивают гудвилл по ее кредитной истории, а государство — по уровню социальной ответственности и своевременности, и полноте оплаты налогов.

Потребители оценивают гудвилл относительно качества выпускаемой продукции или оказываемой услуги, ее цены и доступности, а сотрудники — по системе работы с персоналом и мотивации деятельности. Считается, что компания располагает гудвиллом в том случае, если она имеет какие — либо преимущества, которые обеспечивают ей прибыль, превышающую средний уровень, прибыли по рынку в конкретной отрасли. Гудвилл, выступая в роли индикатора финансового положения организации на рынке, может быть положительным или отрицательным. Положительный гудвилл означает превышение стоимости компании над стоимостью ее чистых активов (собственного капитала). Отрицательный гудвилл означает, что стоимость чистых активов (собственного капитала) выше стоимости компании.

Любая компания, совершающая коммерческую и хозяйственную деятельность, должна иметь положительный гудвилл, такой гудвилл делает более простым путь доступа к ресурсам (кредитным, материальным, финансовым и т.д.), оберегает от поглощения другими компаниями и обеспечивает защиту интересов во внешней среде [5]. Гудвилл является неотъемлемой частью компании и непосредственно влияет на ее финансовую устойчивость, его нельзя экспроприировать, учитывать и управлять отдельно от компании, нельзя передать или продать другой компании, как бренд.

Список использованной литературы

1. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / А.А. Канке, И.П. Кошева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИД ФОРУМ : НИЦ Инфра-М, 2017. — 288 с.
2. Баграмян В.Ю. Концепции и этапы развития финансовой устойчивости в российской и зарубежной практике / В.Ю. Баграмян // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. — 2016. — № 3. — С. 18.
3. Пучкова А.О. Аналитический обзор современных трактовок и сущности финансовой устойчивости в России и за рубежом / А.О. Пучкова // Учет и статистика. — 2012. — Т. 1, № 25. — С. 43.
4. Михаленок Н.О. Финансовая устойчивость как фактор экономического развития хозяйствующего субъекта / Н.О. Михаленок, Е.В. Смирнова // Вестник СамГУПС. — 2015. — № 3 (29). — С. 84–89.
5. Филатова В.А. Исследование факторов, влияющих на формирование деловой репутации предприятий сферы услуг / В.А. Филатова // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. — 2014. — № 6. — С. 69–71.

Информация об авторах

Нестеренко Екатерина Алексеевна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ekatnesterenko@yandex.ru.

Шуплецов Александр Федорович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

Authors

Ekaterina A. Nesterenko — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ekatnesterenko@yandex.ru.

Alexander F. Shupletsov — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.