

Студент 3 курсу
 фінансового факультету ХНЕУ

ГУДВІЛ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутність поняття "гудвіл". Визначено вплив діяльності підприємства на його основні складові.

Аннотация. Раскрыта сущность понятия "гудвилл". Определено влияние деятельности предприятия на его основные составляющие.

Annotation. Essence of the concept "goodwill" is revealed. Influence of enterprise activity on its basic constituents is defined.

Ключові слова: курс акцій, гудвіл, фактор, ділова репутація

Оцінка вартості підприємства відноситься до найбільш складних фінансових проблем. При аналізі показників, що характеризують стан окремого підприємства, доцільно оцінювати становище підприємства на фондовому ринку, біржовий курс його цінних паперів. У сучасних умовах цінні папери та ринок цінних паперів (РЦП) є найважливішими складовими, які забезпечують ефективне функціонування всього ринкового механізму. Ринок цінних паперів України переживає період свого становлення. В умовах нестійкого становища українського фондового ринку вартість акцій підприємств – важливий показник ефективності їх діяльності.

Питаннями оцінки діяльності підприємств, а також ефективним управлінням вартістю акцій підприємства займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як В. Шафран [1], Г. Уманців [2], О. Родіонов [3] та ін. Але в умовах постійних змін та економічних коливань питання регулювання діяльності підприємств та використання різних аспектів їх діяльності є невід'ємною частиною управлінської діяльності та потребують подальшого дослідження.

Метою дослідження є визначення впливу управлінських рішень на гудвіл та рівень курсу акцій підприємства.

Мотивом ухвалення будь-якого управлінського рішення є виконання поставленої мети, тобто здобуття бажаного результату й досягнення прогностичних показників. Головним і найважливішим показником діяльності підприємства є ціна акції. При цьому одним із першочергових завдань є максимізація вартості акції в умовах жорсткої конкуренції, руху робочої сили, міжнародної торгівлі ресурсами, впливу міжнародних кредитних відносин, а також міжнародної валютно-фінансової політики й макроекономічного добробуту окремих країн. При розрахунку вартості акції використовується такий показник, як goodwill.

Гудвіл безпосередньо пов'язаний із справжньою і майбутньою діяльністю підприємства. Добре керовані підприємства, що мають високий дохід на капітал, найчастіше оцінюються за вартістю, що набагато перевищує розмір інвестованого капіталу. Позитивний гудвіл розглядається як надбавка до ціни, що сплачується покупцем в очікуванні майбутніх економічних вигод. Негативний гудвіл розглядається як знижка з ціни, що надається покупцеві у зв'язку з відсутністю у продавця стабільних покупців, високої репутації, навичок маркетингу і збуту, ділових зв'язків, досвіду управління та ін.

На гудвіл впливає багато чинників [3; 4], які зображені на рисунку.

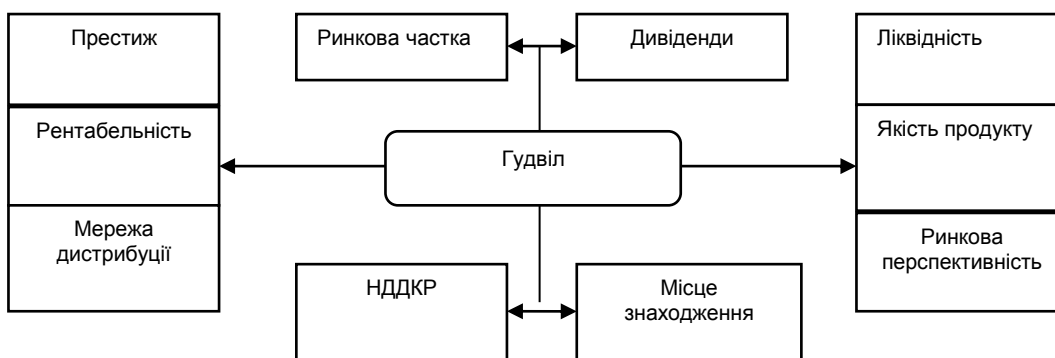


Рис. Чинники, що впливають на показник гудвілу

Кожен із чинників може бути безпосередньо віднесений до діяльності підрозділів фірми або до діяльності всього підприємства в сукупності. Завданням стратегічного менеджменту для досягнення високого позитивного гудвілу є розробка плану й організація досягнення найбільш високого рівня гудвілу на підприємстві та порівняно з іншими підприємствами галузі. НДДКР, а точніше впровадження новітніх розробок, є завданням інноваційного

маркетологів спрямована на збільшення часток ринку, на яких орієнтовано підприємство, розширення мережі дистрибуції, підвищення престижу підприємства і його ринкової перспективності. Завданнями виробничого менеджменту є розширення номенклатури та підвищення якості продукції, що впливає на становище підприємства на ринку та його конкурентоспроможність. Також важливою складовою управління діяльністю підприємства є фінансовий менеджмент, ефективні рішення якого щодо виділення коштів на розробки, рекламу, виробництво та ефективне регулювання грошових потоків можуть сильно вплинути на гудвіл.

Враховуючи все вищезазначене, можна сказати, що кожен із підрозділів підприємства займає важливу ланку у формуванні його вартості. На прикладі такого збірного поняття, як гудвіл, було визначено, що на стан підприємства впливають усі управлінські рішення, що структурні підрозділи підприємства тісно пов'язані між собою, тобто одне управлінське рішення є фактором для наступного як у контексті підрозділу, так і в масштабах усього підприємства.

Наук. керівн. Чистякова А. В.

Література: 1. Шапран В. С. Становлення ринку цінних паперів в Україні: теоретичний аналіз проблеми / В. С. Шапран // Фондовий ринок. – 2002. – № 16. – С. 16–21. 2. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства, проблеми оцінки та обліку / Г. Уманців // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 9. – С. 21–23. 3. Родіонов О. В. Гудвіл як економічне відображення ділової репутації підприємства / О. В. Родіонов // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Збірник наукових праць. – 2010. – № 22 (1). 4. Інструкція учасника 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gmc.in.ua/ru/>.