

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра инноватики и строительной физики
имени профессора И.С. Суровцева

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Деловая репутация предприятия» для студентов направления
38.04.01 «Экономика» (программа «Экономика инновационных
предприятий») всех форм обучения

Воронеж 2022

УДК

Составители:
канд. техн. наук, доцент С.Н. Дьяконова,
ассистент А.В. Ботиенко

Деловая репутация предприятия: методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Деловая репутация предприятия» для студентов 38.04.01 «Экономика» программа «Экономика инновационных предприятий» / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: С.Н. Дьяконова, А.В. Ботиенко. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2022 – 27 с.

Указания разработаны с целью организации процесса подготовки и защиты курсовых работ для обучающихся всех форм обучения по направлению 38.04.01 «Экономика» программа «Экономика инновационных предприятий». В указаниях определены темы курсовых работ, требования к содержанию и структуре исследования, а также задания для практической части.

При разработке методических рекомендаций в основу положено Положение о курсовых проектах (работах) по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, утвержденное ректором ВГТУ 06.09.2016 (протокол заседания Ученого совета № 11 от 30.08.2016 г.).

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_ДРП_КР_Маг_ЭИП_2022.pdf.

Гр. 2. Табл. 5. Библиогр.: 10 назв.

Рецензент – Е.А. Шарапова, канд. экон. наук, доцент кафедры цифровой и отраслевой экономики ВГТУ.

Издается по решению редакционно-издательского совета Воронежского государственного технического университета

Введение

Методические указания предназначены для магистров направления подготовки 38.04.01 «Экономика» программа «Экономика инновационных предприятий» всех форм обучения, выполняющих курсовую работу по дисциплине «Деловая репутация предприятия» в соответствии с учебным планом.

Курсовая работа - это самостоятельное исследование одной из актуальных проблем по соответствующей дисциплине, которое должно удовлетворять определённым требованиям:

1. Отражать современный научно-теоретический и практический уровень исследований по рассматриваемым проблемам.
2. Содержать самостоятельный анализ, собственные оценки и выводы.
3. Основываться на достоверных данных, статистических материалах, результатах проведенных расчетов и т.п.
4. Изложение материала должно быть целостным, логичным, последовательным, лаконичным и соответствовать нормам русского литературного языка.
5. Отвечать правилам оформления письменных работ.
6. Исключать дословное заимствование текста из учебной литературы и с интернет-сайтов.

В процессе написания курсовой работы студентам рекомендуется постоянно проверять подготовленный текст на соответствие указанным требованиям.

Курсовая работа - является подготовительной ступенью к написанию выпускной квалификационной работы. Она является важным этапом в течение всего процесса обучения:

- Приучает студента к исследовательской работе и способствует приобретению опыта и навыков её ведения;
- Является важным звеном в глубоком усвоении положений, выводов, законов, приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний;
- Приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с экономической литературой, приучает находить в ней основные положения, относящиеся к избранной проблеме, подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал;
- Помогает в дальнейшем при написании итоговой ВКР на этапе окончания учебы в вузе.

1. Структура курсовой работы

Курсовая работа должна иметь следующую структуру:

1. Титульный лист;
2. Содержание;
3. Введение;
4. Основная часть;
5. Заключение;
6. Библиографический список;
7. Приложения.

Титульный лист является первой страницей курсовой работы.

Содержание включает в себя все заголовки курсовой работы с указанием страниц каждого раздела, подраздела.

В введении:

- Отмечается актуальность темы КР;
- Отражается объект, предмет, цель и задачи, методы работы;
- Обосновывается новизна, теоретическая и практическая значимость работы;
- Приводятся сведения о состоянии изучаемой проблемы.

В основной части, как правило, содержится два раздела: теоретический и эмпирический. Теоретический содержит анализ состояния изучаемой проблемы. Эмпирический (практический, расчётно-графический) раздел включает в себя подробное решение двух практических задач. Разделы должны завершаться выводами.

В первом разделе в соответствии с темой и планом раскрываются теоретические аспекты выбранной темы исследования. Ознакомившись с рекомендуемой литературой, студент должен представить свой взгляд на проблему и способ его решения.

Второй раздел предполагает выполнение расчётной работы (решение практической задачи).

В заключении должны содержаться выводы по курсовому проекту, перспективы дальнейшего изучения проблемы, связь с практикой, анализ реализации целей и задач исследования.

После заключения приводится список всех источников, которые были использованы при подготовке курсовой работы. Здесь указываются не только печатные варианты учебных изданий, но и ссылки на Интернет-ресурсы.

В приложениях могут содержаться схемы, результаты расчета, чертежи, карты, рисунки, алгоритмы и т.д. В приложения могут включаться: таблицы, схемы, нормативные документы, инструкции, методики и иные материалы, разработанные в процессе выполнения курсового проекта.

2. Оформление курсовой работы

Курсовая работа выполняется на отдельных листах формата А4, которые должны быть сброшюрованы. Все листы рекомендуется нумеровать сквозной нумерацией, начиная с титульного листа. При этом титульный лист не нумеруют. Нумерация страниц начинается со стр. 2. «Содержание». Номер страницы указывается в нижнем поле листа по центру.

Рекомендуемый объём работы составляет 30-35 страниц машинописного текста. Поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Размер шрифта Times New Roman 14, интервал 1,5 строки, абзацный отступ 1,25. Выравнивание текста по ширине.

Курсовая работа начинается с титульного листа. Содержание помещается на следующей странице. Содержание должно соответствовать выбранной теме исследования, и его необходимо согласовать с руководителем курсовой работы.

Работа завершается списком используемой литературы.

Прямые цитаты, приводимые из научной литературы дословно, должны быть заключены в кавычки и иметь ссылку на источник информации. Рядом с подобным цитированием необходимо разместить в квадратных скобках ссылку на использованный источник.

Список использованной литературы должен включать как цитируемые источники, так и все монографии, учебные пособия, статистические сборники и т.д., которые были использованы при написании курсовой работы. Список литературы составляется в алфавитном порядке, в первую очередь указываются нормативные документы.

3. Правила и примеры оформления расчётно-графического материала

3.1 Оформление иллюстраций

На все иллюстрации (рисунки, диаграммы, таблицы) в тексте должны быть даны ссылки. Рисунки должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице (при нехватке места на листе). Рисунки и диаграммы нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная. Подпись к иллюстрациям располагается под ними посередине строки. Подпись должна выглядеть так:

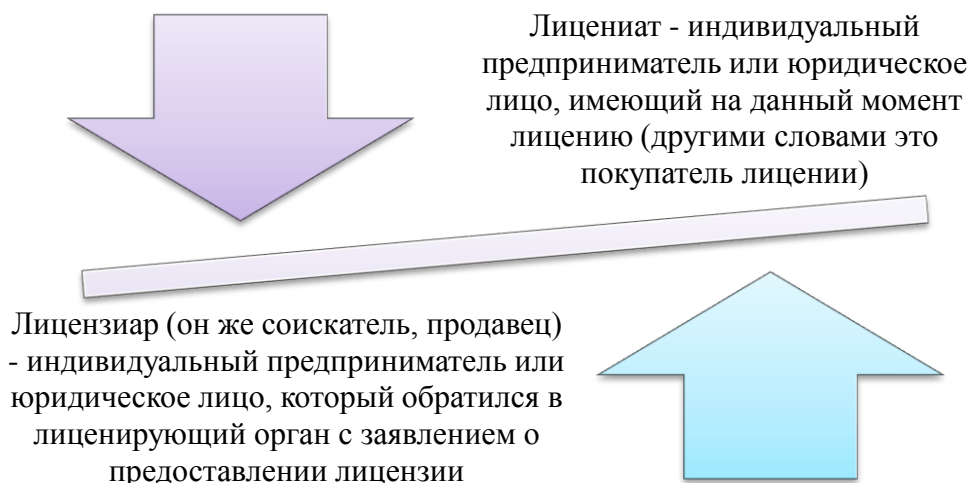


Рис. 1. Стороны лицензионного договора

Нельзя заканчивать параграф или главу рисунком. После рисунка обязательно должны быть выводы.

3.2 Оформление таблиц

Таблица должна располагаться непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Все таблицы должны иметь порядковый номер и название, отражающее содержание. Все таблицы нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная. Точка в конце названия не ставится. В таблицах допускается использование шрифта Times New Roman 12 и менее. На все таблицы в тексте должны быть ссылки. Нельзя заканчивать параграф или главу таблицей. Разрывать таблицу и переносить её часть на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не умещается на одной странице. При этом на другую страницу переносится заголовок «Продолжение таблицы «номер таблицы», а также шапка таблицы. Подпись таблицы должна выглядеть так:

Таблица 1

Общее количество заявок, поданных в электронном виде
за I полугодие 2021 года

Объект интеллектуальной собственности	Подано заявок за I полугодие 2021 г.
По всем объектам	56265
Товарный знак	38281
Изобретение и полезная модель	10786
Программы для ЭВМ и базы данных	4750
Промышленный образец	2400
Наименование места происхождения товара	48

После таблицы обязательно должны быть выводы.

3.3 Оформление формул

Все формулы необходимо вводить вручную с помощью редактора формул (располагается во вкладке «Вставка»).

Формула должна располагаться непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Все формулы должны иметь порядковый номер. Все формулы нумеруются арабскими цифрами, при этом нумерация сквозная. На все формулы в тексте должны быть ссылки. Нельзя заканчивать параграф или главу формулой.

Правильное оформление формул по ГОСТу в курсовой работе должно соответствовать следующим требованиям:

1. Все формулы размещают с новой строки;
2. Выравнивают их по центру;
3. Порядковый номер указывают справа от формулы;
4. Подпись с расшифровкой идёт после формулы;
5. После «где» не ставят никаких знаков препинания, даже двоеточие;
6. Если нужно расшифровать несколько символов, каждый записывают с новой строки, а между ними ставят точку с запятой;
7. Перед формулой и после неё делают отступ на одну строку;
8. Ряд формул, которые идут друг за другом, пишут с новой строки и разделяют их точкой с запятой;
9. В конце последней формулы ставят точку.

Например:

Расчёт проводится с использованием методики доходного подхода оценки бизнеса по формуле (1):

$$\mathcal{E}_t = \text{ЧДД}_T = \sum_{t_H}^{t_K} (P - Z)_t \times K_{d_t}, \quad (1)$$

где \mathcal{E}_t — экономический эффект (доход, прибыль) от использования ОИС за расчётный период T ;

ЧДД_T — чистый дисконтированный доход предприятия за период T ;

T — расчётный период;

P_t — результаты, денежные поступления от реализации продукции в расчётном году t ;

Z_t — затраты в денежном выражении на производство и реализацию продукции в расчётном году t ;

t_H — начальный год расчётного периода;

t_K — конечный год расчётного периода;

K_{dt} — коэффициент дисконтирования в году t .

4. Темы курсовых работ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсовых работ во 2 семестре для очной формы обучения и в 1 семестре для заочной формы обучения.

Примерная тематика курсовой работы:

1. Содержание трех подходов к оценке деловой репутации.
2. Принципы оценки деловой репутации.
3. Факторы, влияющие на стоимость деловой репутации.
4. Проблемы оценки деловой репутации.
5. Деловая репутация: определения, понятие и значение.
6. Учет гудвилла на предприятиях.
7. Гудвилл в структуре НМА.
8. Определение стоимости гудвилла за рубежом.
9. Пути увеличения деловой репутации на предприятиях.
10. Влияние СМИ на стоимость деловой репутации.
11. Повышение стоимости деловой репутации при помощи Интернет-ресурсов.
12. Зависимость деловой репутации от инновационных разработок.
13. Влияние деловой репутации на применение инноваций.
14. 18. Влияние внешней и внутренней среды предприятия на стоимость гудвилла.
15. Позиционирование предприятия с целью увеличения стоимости гудвилла.
16. Основные подходы и методы оценки стоимости деловой репутации.

Задачи, решаемые при выполнении курсовой работы:

- Проверка знаний обучающихся;
- Применение навыков анализа, сбора и обработки информации

Курсовая работа включает в себя графическую часть и расчетно-пояснительную записку.

5. Задание для расчётно-графической части курсовой работы

В рамках курсовой работы необходимо:

1. Дать характеристику выбранного предприятия;
2. Проанализировать все экономические показатели производства и реализации продукции предприятия;
3. Кратко рассмотреть методы оценки стоимости гудвилла;
4. Рассчитать стоимость деловой репутации любыми тремя методами и проанализировать полученные результаты.

6. Образец выполнения расчётно-графической части курсовой работы

6.1 Характеристика деятельности ОАО «РЖДстрой»

ОАО «РЖДстрой» — строительно-промышленное предприятие федерального масштаба, обеспечивающее выполнение подрядных работ по всей территории России от Калининграда до Южно-Сахалинска. В структуру Общества входят 16 строительно-монтажных трестов, управляющих линейными предприятиями — строительно-монтажными поездами и строительными участками и 3 специализированных филиала.

В числе преимуществ компании:

- Федеральный масштаб деятельности;
- Применение инновационных технологий;
- Опыт в управлении проектами высочайшей степени сложности;
- Собственная производственная база;
- Реализация широкой номенклатуры строительных материалов, изделий и конструкций;
- Возможность выхода в смежные строительные сегменты;
- Высокая квалификация сотрудников.

За годы работы компания сдала в эксплуатацию более 2056 километров железнодорожных путей; построила и восстановила 396 мостовых сооружений, 7586 километров высоковольтных линий электропередач, 25465 километров линий связи и устройства сигнализации, централизации, блокировки и волоконно-оптических линий связи; восстановила и реконструировала 734 объекта вокзального хозяйства и 375 объектов деповского хозяйства, а также ввела в эксплуатацию 2532 объекта капитального строительства и произвела капитальный ремонт на 4739 объектах.

ОАО «РЖДстрой» фигурировала в реализации проектов стратегической значимости. К наиболее важным проектам относятся: «Организация пассажирского сообщения по маршруту Владивосток – аэропорт Кневичи со строительством новой линии Пост 13 – аэропорт Кневичи» в рамках реализации проекта по подготовке к проведению Саммита АТЭС; создание объектов Олимпийского парка, многоквартирных жилых домов для размещения временного персонала, волонтеров и сил безопасности, привлекаемых на период проведения зимних Олимпийских и Паралимпийских игр в 2014 году; «Организация перевозок от железнодорожной станции Казань до международного аэропорта Казань; «Комплексная реконструкция участка Мга — Гатчина — Веймарн — Ивангород и железнодорожных подходов к портам на южном берегу Финского залива»; «Реконструкция и развитие малого кольца Московской железной дороги. Организация пассажирского железнодорожного

сообщения»; «Первоочередные мероприятия по развитию железнодорожной инфраструктуры Восточного полигона».

Внедрение инноваций является неотъемлемой частью программной политики ОАО «РЖДстрой». Новые технологии позволяют компании повысить не только производительность, но и эффективность труда, сохраняя при этом высокое качество работы. Существенный толчок для внедрения инноваций дает рост сети высокоскоростных железнодорожных магистралей.

«РЖДстрой» принимает участие в осуществлении «Стратегии развития железнодорожного транспорта в РФ до 2030 года». Реализация крупных проектов государственного значения является залогом успеха выполняемых работ.

Строительно-монтажный трест № 7, являющийся одним из филиалов ОАО «РЖДстрой», и выполняет строительство, реконструкцию, расширение, а также капитальный ремонт объектов Юго-Восточной железной дороги по договорам подряда, а также ведет строительство постов электрической централизации по "Программе обновления средств железнодорожной автоматики и телемеханики".

Основными направлениями деятельности Строительно-монтажного треста № 7 – филиала ОАО «РЖДстрой» являются:

1. Выполнение корпоративного заказа ОАО «РЖД»;
2. Сохранение собственных строительных мощностей и их развитие с целью стабилизирующего влияния на рынок строительных услуг;
3. Формирование эффективного управления структурными подразделениями.

Задачи, которые ставятся перед трестом:

- Получение прибыли и рентабельности;
- Обеспечение финансовой прозрачности производственной деятельности в сфере капитального строительства;
- Повышение производительности труда за счет приведения численности к нормативной, мотивации труда, сокращение накладных расходов.

6.2 Экономические показатели производства и реализации ОАО «РЖДСТРОЙ»

По итогам работы СМТ №7 – филиалом ОАО «РЖДстрой» за 2017 год достигнуты следующие показатели деятельности:

Таблица 2

Показатели деятельности СМТ-7 филиала ОАО «РЖДстрой» за 2017 год (тыс. руб.)

Наименование	ВСЕГО за 2017 год		
	план	факт	% выполнения
Выручка от продаж, всего:	474 863	532 887	112,2%

Продолжение таблицы 2

собственные силы	180 359	165 449	91,7%
субподрядчики	294 504	367 438	124,8%
Выручка от продаж СМР, всего:	467 736	525 871	112,4%
собственные силы	173 232	158 433	91,5%
субподрядчики	294 504	367 438	124,8%
Выручка от продаж промышленной продукции:	-	9	-
Выручка от продаж услуг:	7 127	7 007	98,3%
Себестоимость, всего:	495 683	614 698	120,01%
собственные силы	191 898	234 750	122,33%
субподрядчики	294504	367438	124,8%
Себестоимость СМР, всего:	486 401	602 189	123,8%
собственные силы	191 898	234 750	122,3%
субподрядчики	294504	367 438	124,8%
Себестоимость промышленной продукции:	-	19	-
Себестоимость услуг:	9 282	12 490	134,6%
Управленческие расходы	37 654	36 018	95,7%
Прибыль от продаж, всего:	-20 821	-81 811	-
СМР	-18 665	-76 317	-
Промышленность	-	-10	-
Услуги	-2 155	-5 483	-
Прочие доходы	6 195	24 317	-
Прочие расходы	12 107	125 950	-
Прибыль до налогообложения, всего:	-26732	-183444	-
Чистая прибыль, всего:	-26 733	-183 446	-
Численность работников, всего	160	186	116,3%
СМР	145	165	113,8%
Промышленность	-	-	-
Услуги	15	21	140,0%
АУП	42	46	109,5%
Рабочие	118	140	118,6%
Производительность труда, всего(руб.)	119 504	74126	62,0%
СМР	128101	80017	62,5%
Промышленность	-	-	-

Наименование	ВСЕГО за 2017 год		
	план	факт	% выполнения
Услуги	36396	27807	76,4%
Средняя заработная плата, всего (руб.)	24733,0	24465,0	98,9%
СМР	25401,0	25320,0	99,7%
Промышленность	-	-	-
Услуги	18273,0	17746,0	97,1%
АУП	31723,0	33278,0	104,9%
Рабочие	22245,0	21569,0	97,0%

Основными целями предприятия являются повышение рентабельности работ, в том числе за счет работы на подряде у сторонних заказчиков и получение прибыли, что позволит повысить капитализацию акционерной компании.

По результатам работы за 2017 год планировалось получить выручку в сумме 474,863 млн. руб. в том числе по объектам – 467,736 млн. руб. и по реализации услуг – 7,127 млн. руб. Фактическая выручка составила 532,887 млн. руб. или 112,2% к запланированной, в том числе по объектам – 525,871 млн. руб. и по реализации услуг – 7,007 млн. руб.

Выручка СМР при плане 467,736 млн. руб. составила 525,871 млн. руб. или 112,4%, в т.ч. выполнение собственными силами при плане 173,232 млн. руб. – 158,433 млн. руб. или 91,5%, субподряд при плане 294,504 млн. руб. составил 367,438 или 124,8%.

Фактический убыток от продаж за 2017 год составил – 81,811 млн. руб. по сравнению с запланированным в размере -20,821 млн. руб. Это произошло по причине недостаточной загрузки собственных сил.

Основной причинами убытков от продаж является недостаточная загрузка собственными силами, что не позволило возместить затраты по эксплуатации механизмов и машин в размере 50,167 млн. руб. и накладные расходы в размере 63,510 млн. руб.

Недостаточная загрузка собственных сил сложилась из-за того, что по сравнению с наполнением корпоративного заказа 2016 года объем собственных сил в 2017 году уменьшился на 34,5%.

Управленческие расходы являются величиной условно постоянной, и в связи с недостаточной загрузкой 2017 года по выручке собственными силами, сметный уровень накладных расходов не может покрыть фактических затрат. Так же на управленческие расходы были отнесены некомпенсируемые расходы (командировочные, заработная плата, связь) по объектам Олимпийского парка. Управленческие расходы по итогам 2017 года снижены на 21,5% по сравнению с 2016 годом, отношение 2017 года к 2016 году составило 78,5%. Экономия по накладным расходам составила 1,636 млн. руб. в сравнении с плановым уровнем.

6.2.1 Выполнение производственной программы

Планируемая загрузка производственной программы СМТ №7 на 2017 г. составляет 527,447 млн. руб. в том числе:

- 359,965 млн. руб. – объекты капитального строительства, функции заказчика выполняет ДКСС ОАО «РЖД»;
- 111,515 млн. руб. – объекты капитального ремонта, функции заказчика выполняет ДКСС ОАО «РЖД»;
- 13,631 млн.руб.- объекты капитального ремонта, функции заказчика выполняет ЦДИ;
- 9,429 млн. руб. – объекты капитального ремонта, функции заказчика выполняет Дирекция железнодорожных вокзалов;
- 4,650 млн.руб.- объекты капитального ремонта, функции заказчика выполняет ДКРС;
- 28,257 млн. руб. - Объекты инфраструктуры вокзалов и привокзальных территорий.

Анализ выполнения производственной программы за отчетный период по Заказчикам приведен в табл. 3.

Таблица 3

Показатели выполнения производственной программы за 2017 год по заказчикам (млн.руб.)

Заказчики	Выполнение за 2017 г.		% выполнения
	План	Факт	
ДКСС	471,480	470,983	99,9
ДЖВ	9,429	9,382	99,5
ЦДИ	13,631	12,599	92,4
ДКРС	4,650	4,650	100
Объекты инфраструктуры вокзалов и привокзальных территорий	28,257	28,257	100
Итого:	527,447	525,871	99,7

6.2.2 Основные средства

Всего балансовая стоимость основных средств СМТ №7-2017 года составила:

На 01.01.17 г. – 288 495 тыс. руб., на 01.01.2018 г. – 75 871 тыс. руб., из них:

1. Здания - 28 723 тыс. руб.
2. Сооружения - 210 тыс. руб.

3. Машины и оборудование (кроме офисного) – 22 269 тыс. руб.
4. Офисное оборудование – 1 877 тыс. руб.
5. Транспортные средства: прочие – 3 040 тыс. руб.
6. Транспортные средства: автотранспорт – 18 402 тыс. руб.
7. Транспортные средства: вагоны (грузовые) - 0 тыс. руб.
8. Производственный и хозяйственный инвентарь - 641 тыс. руб.
9. Земельные участки - 709 тыс. руб.

6.2.3 Анализ себестоимости за отчетный период

Структура себестоимости строительно-монтажных работ по статьям затрат приведена в табл. 4.

Таблица 4

Структура себестоимости строительно-монтажных работ по статьям затрат

Наименование статей затрат	Сметная стоимость (тыс.руб.)	Фактические затраты (тыс.руб.)	Результат +(экономия), -(удорожание) (тыс.руб.)
Материалы	88462	94045	-5593
Эксплуатация машин и механизмов	14890	50167	-35277
Основная заработная плата	19711	27027	-7316
Накладные расходы	23368	63510	-40142

Удорожание (экономия) затрат в сопоставлении со сметной стоимостью сложилась по статьям:

1. Материалы – -5593,0 тыс. руб. (удорожание).
2. «Эксплуатация машин и механизмов» -35277 тыс. руб. (удорожание).

На балансе треста СМТ - 7 находится 228 единицы техники % износа составляет 70% поэтому затраты на ремонт, приобретения запасных частей и амортизационные отчисления за 2017 год составили:

- а) амортизационные отчисления – 10798,0 тыс. руб.
- б) запасные части – 1403,543 тыс. руб.
- в) ремонт техники – 730,828 тыс. руб.
- г) Затраты по заработной плате водителям и механизаторам составили 16493,45 тыс. руб.

В первом квартале проводились работы по подготовке техники к строительному сезону, следовательно, заработная плата была отнесена на объекты СМР

Основной причинами убытков является недостаточная загрузка собственными силами, что не позволило возместить затраты по эксплуатации машин и механизмов.

6.3 Методы оценки деловой репутации предприятия

6.3.1 Основные методы оценки гудвилла, их суть и алгоритмы расчетов

Проблема использования строительными предприятиями такого актива как деловая репутация (гудвилла), его положительное влияние, а также экономическая оценка деловой репутации в отечественной науке не рассматривался.

Проведение нами исследование методов оценки стоимости деловой репутации, дало возможность их классифицировать. Данная классификация показана на рис. 3.1. Все методы можно распределить по следующим свойствам: качественный, количественный и подход, отобранный нами как нетрадиционный.

Наиболее популярными на практике считаются 3 метода, которые относятся к количественному подходу.

1. Метод разности.

Заключается в том, что оценка гудвилла представляется разностью между суммарной рыночной стоимостью активов предприятия и стоимостью всего бизнеса.

$$+/-\Gamma = C_{\text{пр}} - C_{\text{ма}} - C_{\text{оис}} \quad (2)$$

где Γ – гудвилл;

$C_{\text{пр}}$ – стоимость предприятия при его продаже;

$C_{\text{ма}}$ – стоимость всей совокупности материальных активов;

$C_{\text{оис}}$ – стоимость интеллектуальной собственности.

В классической интерпретации цену деловой репутации компании (гудвилла) принято считать как переплату за бизнес сверх его балансовой стоимости. Если, к примеру, продать все активы и имущества компании, то остаток и будет составлять ее репутацию. Значимость репутации растет с каждым годом. По дифференциальным исследованиям, доля репутации на данный момент в оценке стоимости западных компаний составляет 40-80%. Если акции компании торгуются на рынке, то судить о вкладе в ее капитализацию деловой репутации достаточно легко. Конечно, очень важно работать над повышением репутации, ведь таким образом можно увеличить свою рыночную стоимость.

2. Метод избыточной прибыли.

Основывается на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет нематериальных активов, не отраженных на

балансе предприятия и обеспечивающих прибыль на активы или собственный капитал выше среднего уровня.

Алгоритм определения стоимости гудвилла методом избыточной прибыли:

- 1) определяем рыночную стоимость всех активов;
- 2) нормализуем прибыль оцениваемого предприятия;
- 3) определяем среднеотраслевую доходность на активы или на собственный капитал;
- 4) рассчитываем ожидаемую прибыль на основе умножения среднего по отрасли дохода на величину активов (или на собственный капитал);
- 5) определяем избыточную прибыль (п.2 – п.4), для этого из нормализованной прибыли вычитаем ожидаемую прибыль;
- 6) рассчитываем стоимость гудвилла путем деления избыточной прибыли на коэффициент капитализации.

3. Метод, основанный на показателе объема реализации продукции (работ, услуг).

В этом методе необходимо знать среднеотраслевые коэффициенты рентабельности. Тогда стоимость гудвилла можно определить по формуле:

$$\Gamma = (\text{ЧОД} - C_p * P_{cp}) / K_k \quad (3)$$

где ЧОД – чистый операционный доход от деятельности предприятия, рассчитываемый как валовый доход за вычетом операционных издержек и расходов;

C_p – стоимость реализованной продукции;

P_{cp} – среднеотраслевой коэффициент рентабельности реализации продукции;

K_k – коэффициент капитализации нематериальных активов (отношение прибыли компании к стоимости НМА, учтенных на балансе).

Многие методы указывает на то, что есть потребность в оценке гудвилла. Но анализ показывает обратное, что при использовании есть недостатки и сложности.



Рис. 2. Методы оценки деловой репутации

6.3.2 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) методом избыточной прибыли

Структура и величина условно-переменных расходов предприятия в рассматриваемом временном интервале не изменяются. Данная структура включает в свой состав материальные затраты, затраты на эксплуатацию машин и механизмов и затраты энергии для технологических целей предприятия.

При оценке патентов и лицензий, торговой марки, франшизы, имущественных прав используется, и метод избыточной прибыли.

Метод избыточной прибыли основан на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет нематериальных активов, не отраженных на балансе предприятия и обеспечивающих значения прибыли на активы или на собственный капитал выше среднего уровня. Этим методом оценивается преимущественно гудвилл (деловая репутация).

В рассматриваемом временном интервале финансово-хозяйственная деятельность носит устойчивый характер, что обеспечивает предприятию устойчивую выручку (В), которая равна 532887 тыс. руб./год. Условно-постоянные расходы предприятия (Н) в данном интервале постоянны и в расчете на год деятельности предприятия равны 103352 тыс. руб.

Структура имущества предприятия и ставки капитализации приведены в табл. 5.

Таблица 5

Структура имущества предприятия и ставки капитализации

Элемент имущества предприятия	Стоимость имущества, тыс.руб.	Ставка капитализации, %
Основные средства	75 871	15

Ставка НДС равна 18%, а ставка налога на прибыль 20%. Рассчитываем стоимость деловой репутации предприятия, пользуясь методом избыточной прибыли.

1) Расчет величины ожидаемой чистой прибыли.

Ожидаемая чистая прибыль ($ЧП_{ож}$) рассчитывается исходя из стоимости активов предприятия и установленных ставок капитализации:

$$ЧП_{ож} = 75871 * 0,15 + 155152 * 0,15 = 23102,3 \text{ тыс.руб.}$$

2) Расчет фактической величины прибыли до налогообложения.

Можно судить, что если ставка налога на прибыль постоянна, то чистая прибыль предприятия также не изменяется. Из отчета о финансовых результатах предприятия имеем:

$$ПО_{фак} = 183445 \text{ тыс.руб.}$$

3) Расчет фактической величины чистой прибыли.

$$\text{ЧП}_{\text{факт}} = (1 - n) * \text{ПО}_{\text{факт}} = (1 - 0.20) * 183445 = 146756 \text{ тыс. руб.}$$

n - ставка налога на прибыль.

4) Расчет величины избыточной прибыли.

Отличие между фактической и ожидаемыми величинами чистой прибыли представляет собой избыточную прибыль, которая формируется в результате наличия у предприятия деловой репутации

$$\Delta\text{ЧП} = \text{ЧП}_{\text{фак}} - \text{ЧП}_{\text{ож}} = 146756 - 23102,3 = 123653,7 \text{ тыс. руб.}$$

5) Расчет стоимости деловой репутации.

Ставка капитализации - это отношение чистого годового дохода приносимого имуществом к его рыночной стоимости, но поскольку на балансе предприятия нематериальные активы неучтены, то и ставка капитализации отсутствует, из этого следует, что разность между фактической и ожидаемой прибылью и будет стоимость деловой репутации СМТ №7 – филиала ОАО «РЖДстрой».

Из произведенного выше расчета можно сделать вывод, что стоимость деловой репутации (GW_1) СМТ №7 – филиала ОАО «РЖДстрой», рассчитанная методом избыточной прибыли, составляет 123653 700 руб.

6.3.3 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) методом учета рентабельности производимых работ

Данный способ оценки рыночной стоимости деловой репутации является экономическим, попробуем провести расчет с точки зрения рентабельности производимых работ.

Сущность данного метода заключается в определении показателя избыточной или сверхприбыли за счет возникновения гудвилла как проекции синергетического эффекта.

Гудвилл компании определяется по формуле (4):

$$GW = (\text{NOI} - Q_f * R_q) / R_g \quad (4)$$

NOI - чистый операционный доход от деятельности компании (Net Operating Income) за отчетный период;

Q_f – стоимость реализованной продукции.

Среднеотраслевая рентабельность чистых активов для строительства $R_{\text{ЧА}} = 1,6\%$. Чистая прибыль предприятия за отчетный период составляет 183447 тыс. руб, а величина чистых скорректированных активов 194040 тыс. руб. Подставляя значения в формулу (4), имеем:

$$GW_2 = (183447 - 0,016 * 194040)/0,15 = 120228,24 \text{ тыс. руб.}$$

Из произведенного выше расчета можно сделать вывод, что стоимость деловой репутации (GW_2) СМТ №7 – филиала ОАО «РЖДстрой», рассчитанная методом избыточной прибыли с учетом среднеотраслевой рентабельности чистых активов, составляет 120228240 руб.

6.3.4 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) по объему реализации

Для применения метода оценки гудвилла по объему реализации необходимо знать среднеотраслевые коэффициенты рентабельности.

NOI - чистый операционный доход от деятельности компании (Net Operating Income) за отчетный период составляет 160079 тыс. руб. Среднеотраслевой коэффициент рентабельности реализации $R_q=5,1\%$. Q_f – стоимость реализованной продукции, равна 81811 тыс. руб.

Подставим имеющиеся данные в формулу (3.3) и получим:

$$GW_3 = (160079 - 81811 * 0,051)/0,15 = 103937,8 \text{ тыс. руб.}$$

Из произведенного выше расчета можно сделать вывод, что стоимость деловой репутации СМТ №7 – филиала ОАО «РЖДстрой», рассчитанная с учетом объема реализации, составляет 103 937 800 руб.

6.4 Итоговое согласование данных, полученных в результате расчетов

В согласии с принятыми стандартами оценки нематериальных активах конечная величина стоимости объекта оценки, обозначается как величина, полученная как результат аргументированного суммирование результатов оценки стоимости объекта при расчете различных методов и подходов оценки стоимости.

Итоговая величина стоимости

Окончательная величина стоимости зависит от следующих факторов:

- Принятой базы оценки;
- От имеющей в наличии информации по данным задачам;
- Использованных методов оценки.

Так как есть большая вероятность того, что при расчете разными подходами будут получены разные результаты, то требуется подтвердить достоверность каждого метода и представить обоснование использованных методов оценки. Ведь оценщику необходимо выполнить оценку разными подходами (или аргументировать отказ от использования какого-либо из методов в соответствии со стандартами) и при получении трех независимых

величин, на основании которых путем усреднения оценщик выходит на предлагаемую оценочную величину.

Основной подход для определенного актива в большинстве случаев дает наиболее точную оценку, что нельзя сказать о второстепенных подходах, которые имеют ряд существенных недостатков. Такой подход может быть полезен для сравнения и подтверждения оценки, полученной с использованием основного подхода. Малоэффективный подход используется тогда, когда нет определенных обстоятельств или данных для использования более эффективного подхода, но конечном итоге получается наименее точное значение величин.

В условиях развитого рынка при наличии достоверности применяемых данных и правильности выборов методов оценки результаты при расчете по всем подходам должны быть близки по значению. Но на сегодняшний день пока не существует отечественного развитого рынка интеллектуальной собственности и что на практике применение всех подходов практически невозможно.

Поэтому возникают проблемы в согласовании итоговых данных оценки, необходимо сортировать подходы, упираясь на достоверность результатов и обосновать все сделанные в ходе оценки допущения.

Результаты оценки, полученные с применением различных методов, учитываются при формировании итоговой оценки стоимости с использованием выражения:

$$GW_{\text{итог}} = GW_1 \times a_1 + GW_2 \times a_2 + GW_3 \times a_3 \quad (5)$$

где GW_1 , GW_2 , GW_3 – стоимости, полученные с применением различных методов;

a_1 , a_2 , a_3 – соответствующие веса оценок;

$$a_1 + a_2 + a_3 = 1 \quad (6)$$

Значения весов определяются с учетом доверия к результатам, полученных в результате оценки.

Так как стоимость гудвилла, рассчитанная по объему реализации и с точки зрения рентабельности производимых работ, основывается на среднеотраслевых коэффициентах, примем веса оценок a_2 и a_3 равными 0,3.

Оценка методом избыточной прибыли является более точной, так как основывается на реальных данных экономической деятельности предприятия. Поэтому вес оценки этого метода примем равным 0,4.

$$a_1 + a_2 + a_3 = 0,4 + 0,3 + 0,3 = 1$$

Отсюда стоимость деловой репутации СМТ №7 – филиала ОАО «РЖДстрой» будет равна

$$GW_{\text{итог}} = 123653700 \times 0,4 + 120228240 \times 0,3 + 103937800 \times 0,3 = \\ = 116\,711\,292 \text{ рубля.}$$

Таким образом, СМТ №7 – филиал ОАО «РЖДстрой» после оценки имеет возможность постановки на учет такого нематериального актива как деловая репутация (гудвилл), что вследствие приведет к улучшению экономических показателей. При учете гудвилла улучшаются показатели финансовой устойчивости, возрастает собственный капитал предприятия. Гудвилл имеет множество преимуществ и учитывается непосредственно при купле-продаже предприятия.

При использовании такого нематериального актива уставной капитал повышается, что провоцирует увеличение стоимости предприятия, увеличению получения заемных средств, росту числа заказов. В это время, как правило, предприятия развивается, наращивая мощности, увеличивает число рабочих мест. Это дает как экономический, так и социальный эффект.

Увеличение инвестиционной привлекательности, дает возможность предприятию внедрять новые материалы, а в сове очередь повышает конкурентоспособность предприятия.

Такие экономические и социальные эффекты существенно повлияют на стоимость СМТ №7 – филиал ОАО «РЖДстрой».

7. Перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Что называется гудвиллом?
2. Назовите, каким законодательством регламентируется постановка на учет деловой репутации?
3. Понятие деловой репутации.
4. Определения деловой репутации.
5. Правовые основы и учет деловой репутации.
6. Основы учета деловой репутации.
7. Деловая репутация в ПБУ.
8. Современные тенденции западного и российского брендинга.
9. Соотношение ключевых понятий брендинга: бренд, торговая марка, товарный знак.
10. Структура деловой репутации.
11. Содержание трех подходов к оценке деловой репутации.
12. Принципы оценки деловой репутации.
13. Факторы, влияющие на стоимость деловой репутации.
14. Проблемы оценки деловой репутации.
15. Деловая репутация: определения, понятие и значение.
16. Учет гудвилла на предприятиях.
17. Гудвилл в структуре НМА.
18. Определение стоимости гудвилла за рубежом.
19. Пути увеличения деловой репутации на предприятиях.
20. Влияние СМИ на стоимость деловой репутации.
21. Повышение стоимости деловой репутации при помощи Интернет-ресурсов.
22. Зависимость деловой репутации от инновационных разработок.
23. Позicionирование предприятия с целью увеличения стоимости гудвилла.
24. Основные подходы и методы оценки стоимости деловой репутации.
25. Влияние деловой репутации на применение инноваций.
26. Обозначьте основные проблемы, возникающие при оценке деловой репутации.
27. Перечислите основные показатели, определяющие стоимость гудвилла.
28. Назовите факторы, влияющие на уменьшение и увеличение стоимости.
29. Что называется нематериальными активами?
30. Влияние внешней и внутренней среды предприятия на стоимость гудвилла.

Список рекомендованной литературы

1. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02629-4.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>
2. Калинин, О. И. Комплексное управление деловой репутацией предприятий черной металлургии на основе методов количественной и качественной оценки [Электронный ресурс]: монография / О. И. Калинин, С. В. Марков, О. Ю. Михайлова. — Москва: Издательский Дом МИСиС, 2018. — 492 с. — ISBN 978-5-906953-27-8.
URL: <https://www.iprbookshop.ru/80267.html>
3. Лужнова Н.В. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.В. Лужнова. - Оренбург: ОГУ, 2016. - 141 с. - ISBN 978-5-7410-1643-5.
URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768>
4. Лямзин О.Л. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс]: Учебное пособие / О. Л. Лямзин. - Маркетинговые коммуникации; 2025-02-05. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 60 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 05.02.2025 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-7782-3115-3.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/91382.html>
5. Пигулевский, В. О. История дизайна. Вещи и бренды [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 235 с. — ISBN 978-5-4487-0266-2.
URL: <https://www.iprbookshop.ru/75952.html>
6. Рева, В. Е. Управление репутацией [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Е. Рева. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 136 с. — ISBN 978-5-394-03524-1.
URL: <https://www.iprbookshop.ru/110990.html>
7. Сайкин Е.А. Основы брендинга [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е. А. Сайкин. - Основы брендинга; 2025-02-05. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 55 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 05.02.2025 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-7782-2906-8.
URL: <http://www.iprbookshop.ru/91636.html>
8. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6.
URL: <https://www.iprbookshop.ru/57080.html>
9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. И.

Шарков. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7.

URL: <https://www.iprbookshop.ru/111036.html>

10. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, публичность, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-394-03152-6.

URL: <https://www.iprbookshop.ru/85162.html>

Содержание

Введение.....	5
1. Структура курсовой работы.....	6
2. Оформление курсовой работы.....	7
3. Правила и примеры оформления расчётно-графического материала.....	7
3.1 Оформление иллюстраций.....	7
3.2 Оформление таблиц.....	8
3.3 Оформление формул.....	9
4. Темы курсовых работ.....	10
5. Задание для расчётно-графической части курсовой работы.....	10
6. Образец выполнения расчётно-графической части курсовой работы.....	11
6.1 Характеристика деятельности ОАО «РЖДстрой».....	11
6.2 Экономические показатели производства и реализации ОАО «РЖДСТРОЙ».....	12
6.2.1 Выполнение производственной программы.....	15
6.2.2 Основные средства.....	15
6.2.3 Анализ себестоимости за отчетный период.....	16
6.3 Методы оценки деловой репутации предприятия.....	17
6.3.1 Основные методы оценки гудвилла, их суть и алгоритмы расчетов.....	17
6.3.2 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) методом избыточной прибыли.....	20
6.3.3 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) методом учета рентабельности производимых работ.....	21
6.3.4 Оценка стоимости деловой репутации (гудвилла) по объему реализации.....	22
6.4 Итоговое согласование данных, полученных в результате расчетов....	22
7. Перечень вопросов для подготовки к зачёту.....	25
Список рекомендованной литературы.....	26

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине
«Деловая репутация предприятия» для студентов направления
38.04.01 «Экономика» (программа «Экономика инновационных
предприятий») всех форм обучения

Составители:

Дьяконова Софья Николаевна
Ботиенко Алёна Витальевна

Подписано к изданию _____.

Уч.-изд. л. _____.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394026 Воронеж, Московский просп., 14