

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Экономическая безопасность»

XXXX

XXXX

Судебная экспертиза ущерба деловой репутации
Методические указания

Челябинск
Издательский центр ЮУрГУ
2017

XXXXXX

XXX

Одобрено
Учебно-методической комиссией Высшей школы экономики и управления

Рецензент:

XXXXXXXX

Судебная экспертиза ущерба деловой репутации: методические указания / сост. О.В. Рязанцева. – Челябинск: издательский центр ЮУрГУ, 2017. – XX с.

Методические указания предназначены для проведения семинарских занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине «Судебная экспертиза ущерба деловой репутации». Данные указания составлены на основе рабочей программы курса «Судебная экспертиза ущерба деловой репутации» для подготовки специалистов по направлению подготовки 38.05.01 «Экономическая безопасность».

Методические указания содержат тематику, планы семинарских занятий, учебные задания по темам курса, а также необходимую для студентов литературу [1 – XX].

ББК XXXXXXX

©Издательский центр ЮУрГУ, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Тема 1 Сущность деловой репутации как объекта оценки и условия её возникновения.....	4
Тема 2. Законодательство в области защиты нематериальных активов в России и за рубежом.....	6
Тема 3. Методы оценки деловой репутации: количественные и качественные.....	10
Тема 4. Стоимостная оценка упущенных выгод компании в случае нанесения ущерба деловой репутации.....	12
Тема 5. Оценка ущерба деловой репутации в рамках судебных разбирательств.....	13
Тема 6. Особенности оценки деловой репутации в целях покупки (продажи) компаний, реструктуризации, слияний и поглощений.....	15
Вопросы для оценки качества усвоения дисциплины.....	21
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	22

ВВЕДЕНИЕ

Семинарские занятия составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Основанная цель проведения семинарских занятий – формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций, аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Методические указания по проведению семинарских занятий и самостоятельной работы студентов разработаны в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Судебная экспертиза ущерба деловой репутации» для подготовки специалистов по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность».

Методические указания содержат теоретические вопросы по темам курса, вопросы для обсуждения и дискуссий, практические ситуационные задания, темы докладов.

Темы докладов могут быть предложены студентами в рамках учебной программы курса. При этом формулировка и содержание сообщений должны согласовываться с преподавателем.

При проведении семинарских занятий используются различные формы их организации: обсуждение сообщений по темам дисциплины, анализ конкретных ситуаций, выполнение упражнений.

Методические указания предназначены для проведения аудиторной и самостоятельной работы студентов.

Тема 1. СУЩНОСТЬ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КАК ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ И УСЛОВИЯ ЕЁ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Теоретические вопросы семинарского занятия

1. Деловая репутация как нематериальный актив.
2. Особенности деловой репутации.
3. Условия возникновения деловой репутации.
4. Экономические выгоды от обладания деловой репутацией.
5. Отражение деловой репутации в бухгалтерской отчетности.

Вопросы для обсуждения

1. Являются ли эквивалентами понятия «деловая репутация» и «гудвилл»?
2. При каких условиях деловая репутация может стать нематериальным активом?
3. Что такое интеллектуальные права?
4. Каково влияние деловой репутации компании на её рыночную стоимость?
5. Может ли компания иметь отрицательную деловую репутацию?

Практические и ситуационные задания

1. Деловая репутация организации может определяться как разница между:

- а) покупной ценой организации и стоимостью по бухгалтерскому балансу;
- б) покупной ценой организации и стоимостью по бухгалтерскому балансу всех её активов и обязательств;
- в) покупной ценой, уплачиваемой покупателем, и оценочной стоимостью проданной организации.

2. Для принятия к бухгалтерскому учету активов в качестве нематериальных необходимо выполнение ряда условий:

- а) фактическая (первоначальная) стоимость объекта достоверно определена;
- б) наличие материальной формы или материального носителя;
- в) организацией предполагается последующая перепродажа данного имущества;
- г) способность приносить экономические выгоды.

3. Нематериальные активы, в соответствии с ПБУ 14/2007, принимаются к бухгалтерскому учету по.....стоимости:

- а) восстановительной;
- б) остаточной;
- в) первоначальной;
- г) инвестиционной.

4. Первоначальная стоимость нематериального актива – это:

- а) расходы на оплату труда работников, непосредственно занятых при создании нематериального актива или при выполнении научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ по трудовому договору;
- б) сумма, уплачиваемая в соответствии с договором об отчуждении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации правообладателю (продавцу);
- в) сумма, исчисленная в денежном выражении, равная величине оплаты в денежной и иной форме или величине кредиторской задолженности, уплаченная или начисленная организацией при приобретении, создании актива и обеспечении условий для исчисления актива в запланированных целях.

5. Списание стоимости нематериального актива происходит в связи с прекращением.....

- а) прекращение срока действия права организации на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации;
- б) прекращением выгод от использования нематериального актива;

- в) перехода исключительного права к другим лицам без договора;
- г) деятельности предприятия.

6. Срок полезного использования интеллектуальной собственности в соответствии с ПБУ 14/2007 измеряется в:

- а) месяцах;
- б) кварталах;
- в) полугодиях;
- г) годах.

7. Нематериальные активы, по которым не начисляется амортизация:

- а) нематериальные активы некоммерческих организаций;
- б) нематериальные активы с неопределенным сроком полезного использования;
- в) отрицательная деловая репутация;
- г) положительная деловая репутация;
- д) товарные знаки, знаки обслуживания.

8. В каком случае возникает «отрицательный гудвилл»:

- а) когда контрактная цена ниже стоимости всех активов фирмы.
- б) Когда контрактная цена превышает рыночную стоимость всех активов фирмы;
- в) нет правильных ответов

Темы докладов

1. Деловая репутация в контексте международных стандартов финансовой отчетности.
2. Человеческий капитал как фактор создания деловой репутации.
3. Отличие деловой репутации от других нематериальных активов.
4. Факторы обесценивания деловой репутации.

Тема 2. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В ОБЛАСТИ ЗАЩИТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Теоретические вопросы семинарского занятия

1. Законодательство в области защиты нематериальных активов в России и за рубежом.
2. Анализ нормативных документов, регулирующих отношения, связанные с оценкой деловой репутации.
3. Гражданский Кодекс РФ, Налоговый Кодекс РФ, ПБУ 14/2007, МСФО 38, Стандарты оценки Российского общества оценщиков (СТО РОО), Международные стандарты оценки (МСО).

4. Взаимосвязь стандартов бухгалтерской, налоговой и финансовой отчетности.

5. Нематериальные активы, учитываемые в интересах стоимостной оценки бизнеса.

6. Идентификация и определение характеристик НМА

Вопросы для обсуждения

1. Какие имущественные отношения регулируются гражданским правом?

2. Какие личные неимущественные отношения связаны с имущественными?

3. Какие функции выполняет гражданское право в отношении нематериальных благ?

4. Какие правовые нормы относятся к императивным и какие к диспозитивным, каковы особенности их применения в регулировании отношений, связанных с защитой нематериальных благ?

5. В чем состоит абсолютный характер правоотношений по поводу нематериальных благ?

6. В чем состоит неотчуждаемость и непередаваемость нематериальных благ?

7. Что понимается под формой защиты, способами защиты и порядком защиты нематериальных благ?

8. В чем особенности гражданско-правовой ответственности и ответственности в уголовном праве при защите нематериальных благ (например, в случае клеветы или недобросовестной конкуренции)?

Практические и ситуационные задания

1. Под оценочной деятельностью понимается профессиональная деятельность:

а) субъектов оценочной деятельности;

б) клиентов оценочных компаний;

в) лиц, имеющих высшее образование;

г) эксплуатационных служб предприятия, отвечающих за правильную эксплуатацию оцениваемого имущества;

д) лиц, имеющих опыт работы со сделками купли-продажи.

2. Основание для проведения оценки:

а) договор, заключенный в простой письменной форме;

б) устное соглашение;

в) официальное письмо Заказчика;

г) требование бухучета.

3. Согласно Федеральным стандартам оценки при проведении оценки Оценщик обязан использовать:

- а) методы оценки, перечисленные в Международных стандартах оценки;
- б) по своему усмотрению один из трех подходов – затратный, сравнительный или доходный, руководствуясь при выборе экспертными суждением и профессиональными навыками;
- в) затратный, сравнительный и доходный подходы (или обосновать отказ от использования);
- г) затратный и доходный подход.

4. Согласно Федеральным стандартам оценки, срок экспозиции объекта оценки – это период времени с даты представления на открытый рынок (публичной оферты) до даты:

- а) постановления на баланс;
- б) совершения сделки с ним;
- в) определения стоимости;
- г) составления отчета об оценке;
- д) подписания договора на оценку.

5. В настоящее время в России контроль за оценочной деятельностью осуществляется с использованием:

- а) лицензирования;
- б) саморегулирования;
- в) регулирующих органов;
- г) заказчиков оценочных услуг;
- д) оценочных компаний.

6. В соответствии с ФЗ «Об оценочной деятельности» договор на проведение оценки должен содержать сведения о:

- а) виде стоимости имущества;
- б) размере денежного вознаграждения за проведение оценки;
- в) объекте оценки;
- г) размере денежного вознаграждения привлекаемых экспертов;
- д) юридическом лице, при котором оценщик имеет аккредитацию;
- е) личных достижениях Оценщика.

7. Может ли оценщик при проведении оценки привлекать экспертов:

- а) нет;
- б) по согласованию с заказчиком;
- в) в отдельных, оговоренных в законодательстве случаях;
- г) при условии, если оценщик укажет в отчете их квалификацию и степень их участия в проведении оценки, а также обоснует необходимость их привлечения;
- д) при условии, что привлекаемые эксперты состоят в той же СРО, что и оценщик.

8. Оценка бизнеса осуществляется с целью:

- а) повышения эффективности текущего управления предприятием;
- б) купли-продажи акций;
- в) принятия управленческого решения;
- г) купли – продажи предприятия ее владельцем целиком или по частям;
- д) реструктуризации предприятия;
- е) какой-либо части активов предприятия.

9. Федеральные стандарты оценки разработаны с учетом:

- а) международных стандартов оценки;
- б) только стандартов оценки США;
- в) стандартов оценки Европы;
- г) требований саморегулируемых организаций оценщиков;
- д) требований заказчиков услуг по оценки.

10. Нормативные акты, регулирующие оценочную деятельность в РФ:

- а) Федеральные стандарты оценки;
- б) Федеральный закон об оценочной деятельности;
- в) Международные стандарты оценки;
- г) Государственные стандарты оценки;
- д) Международные стандарты оценки;
- е) Международные стандарты финансовой отчетности.

11. На территории Российской Федерации обязательными стандартами к осуществлению оценочной деятельности являются:

- а) международные;
- б) европейские;
- в) федеральные;
- г) муниципальные.

12. Федеральный стандарт оценки (ФСО № 2) определяет:

- а) цель оценки и виды стоимости;
- б) подходы и требования для проведения оценки;
- в) требования к отчету об оценке;
- г) этику оценщика.

13. Федеральный стандарт оценки (ФСО № 3) определяет:

- а) цель оценки и виды стоимости;
- б) подходы и требования для проведения оценки;
- в) требования к отчету об оценке;
- г) этику оценщика.

14. Федеральный стандарт оценки, регулирующий требования к отчету об оценке:

- а) ФСО № 1;

- б) ФСО № 2;
- в) ФСО № 3;
- г) ФСО № 4.

15. Федеральный стандарт оценки (ФСО № 4) определяет:

- а) цель оценки и виды стоимости;
- б) подходы и требования для проведения оценки;
- в) требования к отчету об оценке;
- г) этику оценщика;
- д) кадастровую стоимость объектов недвижимости.

Темы докладов

- 1. Требования к заданию на проведение оценки нематериальных активов.
- 2. Требования к сбору и представлению исходных данных при оценке нематериальных активов.
- 3. Деловая репутация компании в контексте оценки.

Тема 3. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ

Теоретические вопросы семинарского занятия

- 1. Количественные методы оценки деловой репутации: метод избыточной прибыли, метод преимущества в цене, метод избыточных ресурсов.
- 2. Качественные методы оценки деловой репутации: рейтинговый метод, метод социологических опросов.

Вопросы для обсуждения

- 1. Какова роль оценки деловой репутации в обеспечении объективного подхода к ранжированию организаций-участников при проведении тендеров и аукционов
- 2. Как оценка деловой репутации влияет на позиционирование организации при участии в тендерах?
- 3. Назовите действующие и принятые стандарты по оценке опыта и деловой репутации.

Практические и ситуационные задания

- 1. Рассчитайте стоимость интеллектуального капитала компании, если рыночная цена одной ее акции составляет 12 руб. Общее количество акций – 1 млн. шт. Стоимость нематериальных активов по балансу – 980 000 руб. Итог баланса – 9 856 740 руб.

2. Акции компании А торгуются на рынке по цене 9 руб. за акцию, а акции компании Б – по цене 6 руб. за акцию. Всего компания А выпустила 2 500 000 акций, а компания Б – 3 200 000 акций. Восстановительная стоимость активов компании А на дату оценки составила 16 863 260 руб., а компания Б – 11 788 972 руб. На основе расчета коэффициента Тобина оценить, какая из компаний обладает большим интеллектуальным капиталом?

3. Оценить стоимость гудвилла компании Х, которое было приобретено как имущественный комплекс по цене 26 534 890 руб. Стоимость всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на момент покупки составила 25 865 328 руб. Рассчитать амортизационные отчисления по этому виду нематериальных активов за 5 лет линейным методом.

4. Предприятие А предполагает покупку предприятия Б за 120 000 у.е., в то время как балансовая стоимость активов последнего составляет 99 000 у.е (в том числе, материальные активы – 66 000 у.е., чистые текущие активы – 33 000 у.е.).

Предположим, что баланс предприятия А перед покупкой предприятия Б имел следующий вид (табл. 1).

Таблица 1

Баланс предприятия А перед покупкой предприятия Б

Актив	Сумма, у.е.	Пассив	Сумма, у.е.
Материальные активы	500 000	Уставный капитал	400 000
Чистые текущие активы (без денежных средств)	88 000	Нераспределенная прибыль	320 000
Денежные средства	140 000		
Баланс	720 000	Баланс	720 000

Представить баланс предприятия А после приобретения предприятия Б двумя способами:

1) Списание приобретенного гудвилл за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

2) Оприходование гудвилла как актива.

5. Предприятие А приобретает на аукционе предприятие Б за 2 600 млн. руб. Упрощенный баланс предприятия Б на дату покупки имеет следующий вид (табл. 2).

Таблица 2

Баланс предприятия Б

Актив	Сумма, млн. руб.	Пассив	Сумма, млн. руб.
Основные средства	1000	Уставный капитал	1100
Производственные запасы	600	Расчеты с кредиторами	900
Денежные средства	400		
Баланс	2000	Баланс	2000

Упрощенный баланс предприятия А (до покупки предприятия Б) на дату покупки имеет следующий вид (табл. 3):

Таблица 3

Баланс предприятия А до покупки предприятия Б

Актив	Сумма, млн. руб.	Пассив	Сумма, млн. руб.
Основные средства	3500	Уставный капитал	4000
Производственные запасы	900	Расчеты с кредиторами	2000
Денежные средства	1600		
Баланс	6000	Баланс	2000

Представить баланс предприятия А после приобретения предприятия Б.

Темы докладов

1. Повышение конкурентоспособности организации и получение дополнительных преимуществ как одна из целей оценки деловой репутации.
2. Рейтинговый метод оценки деловой репутации.
2. Метод социологических опросов оценки деловой репутации.

Тема 4. СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА УПУЩЕННЫХ ВЫГОД КОМПАНИИ В СЛУЧАЕ НАНЕСЕНИЯ УЩЕРБА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Теоретические вопросы семинарского занятия

1. Понятие упущенной выгоды.
2. Методы стоимостной оценки упущенной выгоды.
3. Оценка справедливой рыночной стоимости дохода, не полученного компанией вследствие нарушения его права неисполнением обязательств.
4. Выявление и обоснование причинно-следственной связи между невыполнением обязательств по договору и недополученным доходом.

Вопросы для обсуждения

1. Какие экспертные задачи решаются при определении вреда, причиненного деловой репутации юридического лица?
2. Что понимается под нанесением вреда деловой репутации юридического лица?
3. Поясните причинно-следственную связь между совершенным деянием по нанесению ущерба деловой репутации и убытками юридического лица.
4. В соответствии с действующим законодательством что понимается под имущественным вредом (убытками) правообладателя?

Практические и ситуационные задания

1. Арбитражный суд г. Москвы рассмотрел судебный спор между ОАО «Альфа-Банк» и ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом» (дело N А40-40374/04-89-467). Поводом для судебного разбирательства послужила публикация в газете «Коммерсантъ» статьи, порочащей, по мнению ОАО «Альфа-Банк», его деловую репутацию. Стоит отметить, что Арбитражный суд г. Москвы, Девятый арбитражный апелляционный суд (далее - 9 ААС) и Федеральный арбитражный суд Московского округа одобрительно высказались по вопросу взыскания репутационного (нематериального) вреда, причиненного юридическому лицу умалением его деловой репутации.

Дайте оценку ситуации. Можно ли удовлетворить требование о взыскании репутационного вреда? Что является мерой умаления деловой репутации?

Темы докладов

1. Анализ и выявление состава и объема правонарушения, его длительности и периода «вредного воздействия» в результате нанесения ущерба деловой репутации юридического лица.

2. Подход к убыткам и ущербу в различных отраслях права (административном, уголовном и гражданском).

3. Порядок определения и взыскания упущенной выгоды при нанесении ущерба деловой репутации.

4. Внешние факторы, вызывающие умаление деловой репутации юридического лица.

5. Внутренние факторы, наносящие вред деловой репутации юридического лица.

Тема 5. ОЦЕНКА УЩЕРБА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В РАМКАХ СУДЕБНЫХ РАЗБИРАТЕЛЬСТВ

Теоретические вопросы семинарского занятия

1. Оценка ущерба деловой репутации в случае имущественных споров.
2. Решение вопросов в связи со спорами по управлению предприятием.
3. Корпоративные конфликты и споры с налоговыми органами.
4. Оценка деловой репутации в случае принудительного взыскания имущества.

Вопросы для обсуждения

1. Перечислите способы защиты деловой репутации юридического лица.
2. В чем состоит пресечение действий, нарушающих право, при защите деловой репутации юридического лица?

3. Назовите типовые условия наступления ответственности в виде возмещения убытков.

4. В чем состоит противоправность деяния при защите деловой репутации компании?

5. Как реализуется компенсация морального вреда при защите деловой репутации юридического лица?

6. В чем состоит суть идентификации сторон по делу при защите деловой репутации компании?

Практические и ситуационные задания

1. В областной газете был опубликован материал критического содержания о работе местного молочного комплекса. В нем негативно характеризовалось качество продукции комбината, антисанитарное состояние цехов и т.д. Генеральный директор комплекса обратился в редакцию газеты с требованием опубликовать опровержение, так как в статье приведены сведения, порочащие деловую репутацию предприятия и честь, достоинство его самого, как руководителя, находящегося в должности более 15 лет. Директор обратился в суд с иском о взыскании убытков, так как ряд партнеров отказались от договоров, в связи с чем комбинат понес определенные имущественные потери, кроме того, он потребовал компенсации морального вреда.

Дайте оценку ситуации.

2. В арбитражный суд обратилось общество с иском к Главе администрации города о защите деловой репутации и взыскании вреда в сумме 100 000 руб. Основанием для обращения в суд послужили письма, направленные в адрес городского Совета народных депутатов, в которых содержались сведения о том, что с разрезов ООО отгружается уголь низкого качества. В ходе судебного разбирательства было установлено, что ответчиком не доказано, каким нормативным требованиям, а также согласованным сторонами условиями не соответствует качество угля поставляемого с угольных разрезов истца. Кроме того, ответчиком не представлено доказательств составления поставщиком и получателем угля актов, предусмотренных инструкцией о порядке приемки продукции по качеству, утвержденной постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 25.04.1966 г. № П-7. Исследовав рапорты работников, докладные от 23.12.05, 21.01.06, объяснительных от 21.01.06, 23.01.06, акты от 30.01.06, суд констатировал, что указанные документы составлены ответчиком в одностороннем порядке. Претензия третьего лица о ненадлежащем качестве поставляемого угля направлена истцу после направления оспариваемых писем. Публикация в газете не содержала сведений о качестве угля, поставляемого с угольных разрезов истца.

На ком лежит обязанность доказывания соответствия действительности распространенных сведений? Что должен доказать истец?

3. В арбитражный суд обратилась региональная организация «Киокушинкай Кан» к Издательскому центру «Благовещенск» о признании порочащими и не соответствующими действительности следующих сведений, опубликованных в газете. Истец просил обязать редакцию газеты опубликовать опровержение не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию сведений, а также взыскать 300 000 руб. в качестве компенсации за причинение вреда деловой.

Возможно ли судебное разбирательство по этому иску? Затрагивают ли оспариваемые сведения предпринимательскую или иную экономическую деятельность истца?

Темы докладов

1. Осуществление защиты деловой репутации юридического лица.
2. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации.
3. Особенности подготовки к судебному разбирательству дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации.
4. Правовые нормы о судебной защите нематериальных благ, для лиц, в отношении которых распространены сведения диффамационного характера, в том числе в Интернет.

Тема 6. ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ЦЕЛЯХ ПОКУПКИ (ПРОДАЖИ) КОМПАНИЙ, РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ, СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

Теоретические вопросы семинарского занятия

1. Разрешение конфликтов интересов продавца и покупателя в сфере определения конечной величины стоимости сделки в случае покупки (продажи) компании.
2. Оценка деловой репутации для целей максимально эффективной реорганизации бизнеса.
3. Оценка синергетического эффекта в результате слияний и поглощений компаний.
4. Оценка деловой репутации при реструктуризации компаний.
5. Определение «точек опоры» создания стоимости компании.

Вопросы для обсуждения

1. Охарактеризуйте основные виды синергии при слиянии поглощении компаний.
2. В чем причины недостаточной синергии при слиянии и поглощении компаний?
3. Назовите основные фазы слияния и поглощения компаний.

4. Как рассчитывается эффект от синергии при слиянии и поглощении компаний?

5. Назовите методы оценки компании в целях её приобретения?

Практические и ситуационные задания

1. ОАО «Приморский кондитер» поглощается холдинговой компанией «Объединенные кондитеры». Сделка позволит холдинговой компании «Объединенные кондитеры» улучшить свои финансовые показатели, расширить географию влияния, закрепить позиции в регионе. ОАО «Приморский кондитер», в свою очередь, получит новые эффективные каналы сбыта.

Для данных мероприятий используется горизонтальная интеграция, так как происходит объединение участников одного сегмента отрасли, производящих сходный продукт и имеющих аналогичный производственный цикл. В результате поглощения ОАО «Приморский кондитер» становится дочерней компанией холдинговой компании «Объединенные кондитеры» и весь контроль за деятельностью дочерней организации осуществляет холдинговая компания «Объединенные кондитеры».

На первом этапе оценивается синергический эффект (разность рыночных стоимостей участников до и после процесса интеграции). Инициатор процесса проводит экономические расчеты планируемой совместной деятельности после интеграции, прогнозирует выгоды (основа мотивов интеграции). Далее определяется стоимость каждого участника как отдельного игрока рынка, а затем рассчитывается рыночная стоимость интегрированного участника на основе спрогнозированных значений, причем оба процесса производятся на одну и ту же дату оценки. При существовании выгод от интеграции общая стоимость элементов превысит стоимость каждого элемента по отдельности — это и будет синергическим эффектом.

Экономический эффект рассчитывается методом чистых активов и методом капитализации.

Применение метода капитализации прибыли в оценке стоимости холдинговой компании «Объединенные кондитеры» является оптимальным с точки зрения как мировой практики при оценке предприятий, имеющих историю своей деятельности, так и будущей сделки по поглощению ОАО «Приморский кондитер», которая является стратегическим шагом в развитии холдинговой компании «Объединенные кондитеры». Данный метод оценки позволяет с высокой степенью достоверности оценить стоимость компаний.

Оценка рыночной стоимости компаний также будет производиться методом чистых активов: активы и пассивы предприятия корректируются до их оценочной рыночной стоимости, и таким образом определяется совокупная стоимость акционерного капитала комплекса.

Прогнозы, содержащиеся в оценке стоимости, основываются на текущих рыночных условиях и предполагаемых краткосрочных факторах, влияющих на изменение спроса и предложения. Предполагается также, что в

прогнозный период будет проведена сделка по поглощению ОАО «Приморский кондитер».

Задание 1. Для определения стоимости бизнеса методом капитализации прибыли холдинговой компании «Объединенные кондитеры» и ОАО «Приморский кондитер» определить капитализации (прогнозируемый темп роста для обеих компаний возьмем в размере 5 %). Ставка дисконтирования для холдинговой компании «Объединенные кондитеры» - 23,5%, для ОАО «Приморский кондитер» - 19%.

Определить рыночную стоимость холдинговой компании «Объединенные кондитеры» (чистая прибыль холдинговой компании «Объединенные кондитеры» - 323 223 тыс. руб.) и рыночную стоимость ОАО «Приморский кондитер» (чистая прибыль - 82 163 тыс. руб.).

Рассчитать рыночную стоимость ОАО «Приморский кондитер» методом капитализации. Ставка дисконтирования по методу кумулятивного построения для ОАО «Приморский кондитер» равна 19 %.

Задание 2. Рассчитать рыночную стоимость компаний методом чистых активов, который используется для компаний, имеющих значительные материальные активы и предполагает определение стоимости участника на основе разницы рыночной стоимости активов и обязательств.

Таблица 4

Расчет стоимости чистых активов холдинговой компании
«Объединенные кондитеры»

В тыс. руб.

Показатель	Предыдущий год	Текущий год	Рыночная стоимость
Активы			
Долгосрочные финансовые вложения	9 098 011	9 246	
Прочие внеоборотные активы	807	-	
Запасы	107,5	140,8	
Дебиторская задолженность	1847,9	408,5	
Краткосрочные финансовые вложения	15 000	-	
Денежные средства	12 942	289 181	
Итого активы	9 128 715,4	9 535 995,3	
Пассивы			
Заемные средства	372 902	468 484	
Кредиторская задолженность	78	1	
Итого пассивы			
Чистые активы			

Таблица 5

Расчет стоимости чистых активов ОАО «Приморский кондитер»

В тыс. руб.

Показатель	Предыдущий год	Текущий год	Рыночная стоимость
Активы			
Нематериальные активы	11	270	
Основные средства	119 254,1	118 613,4	
Незавершенное строительство	13 858,9	18 167,5	
Долгосрочные финансовые вложения	139 917	139 617	
Прочие внеоборотные активы	171	343	
Запасы	99 180,6	84 759,45	
Дебиторская задолженность	64 315,1	89 841	
Краткосрочные финансовые вложения	15 000	30 000	
Денежные средства	13 985	20 280	
Итого активы	465 692,7	501 891,4	
Пассивы			
Заемные средства	85 963	52 475	
Кредиторская задолженность	92 006	79 780	
Итого пассивы	177 969	132 255	
Чистые активы			

Задание 3. На основе полученных стоимостей определить соотношение долей (степень контроля) участников интегрированного предприятия. (табл. 6). При использовании методов стоимостного подхода итоговая рыночная стоимость обоих предприятий определялась на основе весовых коэффициентов к двум полученным оценкам. Вес метода капитализации принять 40 %, метода чистых активов - 60 %.

Таблица 6

Оценка рыночной стоимости компаний — участников интеграции

В тыс. руб.

Метод	Оценка ОАО «Приморский кондитер»	Оценка Холдинговой компании «Объединенные кондитеры»	Весовой коэффициент
Капитализации			
Чистых активов			
Рыночная стоимость			
Доля в интегрированном предприятии, в процентах			

Задание 4. С учетом принятых соотношений и данных табл. 6 представить бухгалтерский баланс после поглощения (табл. 7). Основные средства, незавершенное строительство, запасы и дебиторская задолженность были скорректированы с учетом темпов инфляции.

Таблица 7

Бухгалтерский баланс после поглощения ОАО «Приморский кондитер» холдинговой компанией «Объединенные кондитеры»

В тыс. руб.

Показатель	Рыночная стоимость
Активы	
Нематериальные активы	
Основные средства	
Незавершенное строительство	
Долгосрочные финансовые вложения	
Прочие внеоборотные активы	
Запасы	
Дебиторская задолженность	
Краткосрочные финансовые вложения	
Денежные средства	
Итого активы	
Пассивы	
Заемные средства	
Кредиторская задолженность	
Итого пассивы	
Стоимость чистых активов	

Задание 5. После составления баланса совместного предприятия провести оценку и анализ полученных вариантов, чтобы определить заданный синергический эффект (выполнение миссии) и составить эффективные варианты стратегии. Определить ориентировочную стоимость интеграции или интервал стоимости. Окончательный ее вариант определяется при проведении последнего этапа процесса интеграции путем анализа показателей финансовых результатов.

Таблица 8

Сравнительный анализ показателей финансовых результатов

В тыс. руб.

Показатель	До объединения		После объединения
	ОАО «Приморский кондитер»	Холдинговая компания «Объединенные кондитеры»	Холдинговая компания «Объединенные кондитеры»
Доходы и расходы по обычным видам деятельности. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	583 944	2 433	

Показатель	До объединения		После объединения
	ОАО «Приморский кондитер»	Холдинговая компания «Объединенные кондитеры»	Холдинговая компания «Объединенные кондитеры»
Себестоимость проданных товаров, продукции, товаров и услуг	(371 867)	-	
Валовая прибыль	212 077	2 433	
Коммерческие расходы	(53 557)	-	
Управленческие расходы	(46 006)	-	
Прибыль (убыток) от продаж	112 514	2 433	
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	11 288	3 552	
Проценты к уплате	(9952)	-	
Прочие доходы	7 148	672 511	
Прочие расходы	(17 848)	(253 939)	
Прибыль (убыток) до налогообложения	103 150	424 557	
Отложенные налоговые активы	173	(807)	
Отложенные налоговые обязательства	53	(95 582)	
Текущий налог на прибыль	(21 219)	(4 945)	
Прибыль или убыток прошлых лет	6	-	
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	82 163	323 223	
Финансовая рентабельность, %	23,6	3,6	

Задание 6. Рассчитать синергетический эффект ль поглощения.

Темы докладов

1. Стратегическая реструктуризация компаний в форме слияний и поглощений.
2. Роль слияний и поглощений в процессе антикризисной реструктуризации корпораций.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2. Понятие и классификация нематериальных активов.
3. Особенности нематериальных активов, условия их идентификации.
4. Деловая репутация компании как нематериальный актив, её особенности, виды.
5. Факторы возникновения деловой репутации компании.
6. Экономические выгоды от обладания деловой репутацией.
7. Взаимосвязь деловой репутации, бренда и интеллектуального капитала компании.
8. Экономические выгоды от обладания деловой репутацией.
9. Законодательство в области защиты нематериальных активов в России и за рубежом.
10. Нормативные документы, регулирующие отношения, связанные с оценкой деловой репутации: ГК РФ, НК РФ, ПБУ 14/2007, МСФО 38.
11. Амортизации деловой репутации как нематериального актива.
12. Нормативные документы, регулирующие отношения, связанные с оценкой деловой репутации: Стандарты оценки российского общества оценщиков (СТО РОО), Международные стандарты оценки.
13. Количественные методы оценки деловой репутации: метод избыточной прибыли.
14. Количественные методы оценки деловой репутации: метод преимущества в цене.
15. Количественные методы оценки деловой репутации: метод избыточных ресурсов.
16. Качественные методы оценки деловой репутации: рейтинговый метод.
17. Качественные методы оценки деловой репутации: метод социологических опросов.
18. Понятие упущенной выгоды при оценке ущерба деловой репутации.
19. Методы стоимостной оценки упущенной выгоды при оценке ущерба деловой репутации.
20. Оценка справедливой рыночной стоимости дохода, недополученного компанией вследствие нарушения его права неисполнением обязательств.
21. Выявление и обоснование причинно-следственной связи между невыполнением обязательств компании и недополученным доходом.
22. Оценка ущерба деловой репутации в случае имущественных споров.
23. Решение вопросов в связи со спорами по управлению предприятием и их влияние на рыночную стоимость предприятия и его деловую репутацию.
24. Корпоративные конфликты и споры с налоговыми органами и их влияние на рыночную стоимость предприятия и его деловую репутацию.
25. Оценка деловой репутации в случае принудительного взыскания имущества.

26. Разрешение конфликтов интересов продавца и покупателя в сфере определения конечной величины стоимости сделки в случае покупки (продажи) компании.
27. Оценка деловой репутации для целей максимально эффективной реорганизации бизнеса.
28. Оценка синергетического эффекта в случае слияния и поглощений компаний.
29. Оценка деловой репутации при реструктуризации компании.
30. Определение «точек опоры» создания стоимости компании.
31. Гражданско-правовая и административная ответственность за нанесение ущерба деловой репутации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография. Козлова Н.П. Издательство: Издательство "Дашков и К". 2014. - 376 с.
2. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): Научно-практическое пособие. Рожкова М.А., Глазкова М.Е., Афанасьев Д.В., Ворожевич А.С. Издательство: Издательство "СТАТУТ". 2015. - 370 с.

СУДЕБНАЯ ЭКСПЕРТИЗА УЩЕРБА ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Методические указания

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать XX.XX.XX Формат 60x84 1/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л 3,81 Тираж 50 экз. Заказ 154/164.

Отпечатано в типографии Издательский центр ЮУрГУ.
454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина, 76