

ГУДВИЛ. РАЗРУШЕНИЕ КАРФАГЕНА.

1978 году соотношение материальных активов к нематериальным в балансовой стоимости ТОП компаний мира, составляло примерно 80% к 20%. В 1998 26% к 74%. Сегодня? А сколько заводов, нефти или земли принадлежит Apple? А сколько стоит компания?

Думаю, динамика понятна. Понятно и то, что мы катастрофически проигрываем конкурентную гонку. За исключением нескольких проектов в интернет сегменте, у нас нет компаний, у которых соотношение нематериальных активов к материальным составляло бы значимую цифру. Газпром стоит дешевле Apple. И к сожалению, этот отрицательный тренд будет только усиливаться.

Что делать, если ты проигрываешь в конкурентной гонке?

- Примитивный – попытаться создать монополию на рынке своего товара, чтобы цена на него не упала ниже рентабельности;
- Разумный вариант – учиться у конкурентов, и совершенствовать свои активы, чтобы выводить на рынок конкурентоспособные продукты;
- Самый умный вариант – это, там где возможно, следовать первому пути, а свободные средства направить по второму.

Ну все же в пределах разумного смысла, чего здесь сложного? В чем проблема?

Проблема в менеджменте. Такую стратегию способны осуществлять люди, понимающие суть процессов, происходящих в мире. А их нет, или по крайней мере не видно. Не видно и результатов их трудов, если такие люди есть (за одним редким исключением, о нем ниже).

Видно, что в совершенстве освоили технологии создания монополий. Бьемся за свои трубопроводы, и препятствуем строительству чужих. И это верно, но это спасет нас лишь на время, которое мы похоже бездарно упускаем. Любая монополия, рано или поздно будет разрушена – это объективное свойство мира.

Что еще видно? Видно, что попытки пойти по второму пути поручают людям, которые заточены на строительство монополий и тотально не способны работать в условиях открытого рынка. Кто у нас «отвечает» за передовые проекты? Государственные корпорации и банки монополисты. Не работает это, и не будет работать, потому что эти структуры заточены под другие задачи, там собраны специалисты другого формата. У них нет ни опыта, ни компетенций для решения

задач второго направления. Они хороши в «своем деле», но не способны выйти за рамки этого «своего дела».

ПОЧЕМУ МЫ ПРОИГРЫВАЕМ?

Гудвил.

Первое упоминание этого термина датировано 1751 годом. Упомянули его бухгалтеры, потому что столкнулись с проблемой – стоимость компании оказалась выше, чем стоимость ее материальных активов. С тех пор, понятие «гудвилл» как-то по умолчанию относят к бухгалтерским расчетам, и немного к экономическим. До сих пор идут активные баталии о том, как же посчитать гудвилл для непубличных компаний. Но успехи в этом направлении более чем скромны. Примером тому может служить стандарт финансовой отчетности Великобритании FRS 102, изданный в марте 2013 года Советом по финансовой отчетности. В нем делаются робкие попытки расчленить то, что обладает эмерджентным свойством (свойства целостности системы, т. е. не присущие составляющим ее элементам)

Есть что-то, способное увеличить стоимость активов в несколько раз, без увеличения материальной базы

Это все, что нужно знать о гудвилл, чтобы обратить на него самое пристальное внимание.

Структура гудвилл

Я приведу здесь только основные компоненты гудвилл, причем обращаю ваше внимание на то, что в каждом пункте речь идет о «мнении». Это ключевой пункт. Это очень важно.

Итак, гудвилл компании (территории, персоны, продукта, идеи) состоит из:

- Мнения потребителей о бренде производителя;
- Мнения потребителей о том, как воспринимают продукт другие профессиональные участники рынка;
- Мнения потребителей о том, как воспринимают компанию и продукт другие пользователи продукта;
- Мнение потребителей о том, насколько современные и качественные технологии используются при изготовлении вашего товара;

- Мнение потребителей о квалификации персонала компании.

Именно мнение людей относительно всех этих пунктов или позволяет вам продавать товар по цене выше рынка, или не позволяет.

Важное замечание: В основе всего должны лежать уникальные технологии или уникальная квалификация персоны (если речь идет о персональном гудвил), иначе рано или поздно все поймут, что Король голый. Тем не менее, совершенства технологий недостаточно, нужны еще технологии работы с мнением потребителей. Более того, гудвил – эмерджентное свойство. Это значит, что эффект достигается только в случае грамотной работы со всеми компонентами одновременно. Причем сами компоненты неразрывно связаны и взаимно влияют друг на друга в процессе развития.

Специалистов, способных управлять гудвил компании не так много. Чаще видны следы работы примитивного PR, или невнятной и бессмысленной рекламы.

Промежуточное резюме

Чтобы перестать проигрывать конкурентную гонку, нам нужно не только искать и развивать уникальные технологии, необходимо еще и грамотно управлять гудвил вновь создаваемых проектов.

А теперь немного забавного. Самый лучший специалист в правительстве, по управлению гудвилл, – это министр обороны С. К. Шойгу. Я далек от сарказма. Не знаю, размышляет ли он о своих шагах в терминологии гудвил, но то, что он делает – почти безукоризненно с точки зрения повышения капитализации оборонной промышленности и страны в целом. Посмотрите на действия в Сирии, и вы найдёте все компоненты работы с гудвил.

Я не ставил себе целью в этой статье раскрыть механизмы работы с гудвил – формат не тот. Но я хотел бы, чтобы каждый обратил внимание на этот феномен.

В конечном итоге, стоимость вашего бизнеса или размер оплаты за ваш труд, напрямую зависит от ваших компетенций и гудвил

А.А. Букреев 18.11.2015