

# ЭКОНОМИКА

**Белкина Юлия Сергеевна**

студентка

**Подгорнова Анастасия Сергеевна**

студентка

**Голощанова Людмила Вячеславовна**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет

экономики, статистики и информатики (МЭСИ)»

г. Москва

## ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КАК НМА В БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ПО РСБУ И МСФО

***Аннотация:** в данной статье авторами рассматриваются важность понятия «деловая репутация» и различия в подходах в отражении данного нематериального актива, а также особенности деловой репутации для кредитных организаций.*

***Ключевые слова:** деловая репутация, гудвил, нематериальный актив, бухгалтерский учет, отчетность.*

На сегодняшний день, в условиях стремительно развивающихся рынков, особое значение приобретает конкуренция. Компании стремятся занять свою нишу и сделать себя непохожими на соперников. В этом деле одним из важнейших показателей выступает деловая репутация как индикатор успешной деятельности организации. Имея хорошую деловую репутацию, компания может рассчитывать на доверие со стороны клиентов и кредиторов, повышенный интерес со стороны инвесторов, а также на определенную устойчивость в кризисные времена. Негативная же репутация может привести к краху компании. Именно поэтому на данный нематериальный актив следует обратить внимание.

В общем, деловую репутацию можно охарактеризовать как разницу между ценой покупки имущественного комплекса (предприятия, бизнеса, организации) и суммой всех активов и обязательств на дату покупки по бухгалтерскому балансу. Существуют и другие определения. Например, деловая репутация:

- это актив, который представляет собой будущие экономические выгоды;
- это нематериальный актив, дающий конкурентное преимущество компании на рынке;
- это особое доверие клиентов.

Экономическая сущность понятия заключается в том, что деловая репутация является неидентифицируемым нематериальным активом, приносящим доход. Бухгалтерская сущность состоит в том, что репутация является объектом учета, исчисляемым как разница между стоимостью компании и суммой активов и обязательств.

В российской практике деловую репутацию учитывают в составе нематериальных активов наряду с торговым знаком или ноу-хау. Особенностью деловой репутации как НМА является то, что это неотчуждаемый актив, т.е. ни списать, ни передать, ни подарить его невозможно. Однако в международной практике существует несколько иное понятие деловой репутации – гудвил. Согласно МСФО (IFRS) 3 гудвилем называют актив, который является результатом других активов, приобретенных при объединении бизнеса, и представляющий собой будущие экономические выгоды [5]. По МСФО деловая репутация является самостоятельным внеоборотным активом и должна отражаться отдельно от нематериальных активов. Важно отметить, что деловая репутация отражается в балансе только после приобретения другого имущественного комплекса, т.е. собственная репутация компании на балансе никак не учитывается.

Деловая репутация может быть положительной (надбавка к цене), если разница между ценой покупки предприятия и суммой обязательств и активов положительна. В таком случае её отражают на счету 04 «Нематериальные активы» (Д-т 04, К-т 08). Важно отметить, что в целях налогообложения прибыли деловая

репутация к нематериальным активам не относится. Если разница отрицательная, то она относится на счёт 91 «Прочие доходы и расходы» (Д-т 76, К-т 91), и наличие отрицательной репутации предполагает скидку от цены имущественного комплекса. Для того чтобы деловая репутация была признана как НМА необходимы следующие условия:

- потеря статуса юр. лица у приобретаемого предприятия;
- отдельный учет деловой репутации при покупке предприятия;
- только положительная репутация учитывается как НМА.

Положительную деловую репутацию необходимо амортизировать согласно положениям РСБУ. Учет происходит на счёте 05 «Амортизация нематериальных активов». Установленный срок амортизации 20 лет, но не более срока деятельности организации. Амортизация деловой репутации проводится только линейным способом. Согласно МСФО гудвил не амортизируют, а производят ежегодное обесценение актива в течение срока полезного действия. В разных странах этот срок может отличаться (от 5 до 40 лет).

Рассмотрим динамику нематериальных активов и гудвила на примере консолидированной отчетности по МСФО компании ОАО «Роснефть» [4].

Таблица 1

*Сравнительная динамика НМА и гудвила компании ОАО «Роснефть» за период 2012–2014 гг. (млрд. руб.)*

	2012	2013	2014
НМА	19	45	49
Гудвил	144	210	215

Согласно стандартам МСФО, нематериальные активы и гудвил должны отражаться отдельно. За исследуемый период «Роснефть» активно совершала сделки купли-продажи более мелких компаний. Как мы видим из таблицы, стоимость гудвила в 2012 году примерно в 7 раз превышала стоимость нематериальных активов, а в 2013 и 2014 годах – в 4 раза. Стоимость компании за исследуемый период составляла более 2,5 трлн. руб., т.е., например, в 2013 году стоимость

гудвила составляла примерно 8% от стоимости компании. Таким образом, можно сделать вывод о важности деловой репутации как актива.

Особое значение деловая репутация имеет для банковского сектора. В условиях жёсткой конкуренции, когда предлагаемые услуги практически одинаковы во всех банках, им необходимо создавать и поддерживать своё доброе имя для привлечения клиентов, потому что в банковском секторе доверие клиентов является одним из ключевых показателей успешной деятельности банка. Деловая репутация возникает в том случае, когда банк получает такую прибыль, которая выше средней прибыли по отрасли. В банковском секторе также важно иметь положительную репутацию, так как она увеличивает стоимость банка при возможной последующей продаже. В то же время отрицательная репутация снижает стоимость банка и делает процесс возможного слияния менее привлекательным. Банк России определяет деловую репутацию кредитной организации как качественную оценку деятельности этой кредитной организации различными участниками, например, клиентами или надзорными органами [6].

Деловая репутация банка также учитывается как НМА и рассчитывается как разница между ценой покупки кредитной организации как имущественного комплекса и суммой активов и обязательств. Положительная деловая репутация банка может проверяться на обесценение.

Кредитная организация должна предоставлять информацию о деловой репутации в отчете о финансовом положении и отчете о прибылях и убытках. Помимо этого, в финансовой отчетности предоставляется информация об ожидаемых экономических выгодах, балансовой стоимости актива и методах его оценки. Эта информация может помочь заинтересованным лицам оценить эффекты от слияния.

Таким образом, деловая репутация (гудвил) служит важным активом, помогающим получать больше прибыли на единицу произведенного продукта. Деловая репутация создается на предприятии на протяжении всего его срока функционирования, но проявляется только при слиянии или поглощении. Высокая деловая репутация позволяет оставаться на плаву даже в периоды экономических

кризисов. В связи с этим важно правильно оценивать данный актив. На данный момент имеются существенные различия в оценке деловой репутации по РСБУ и МСФО. Необходимо совершенствовать существующие положения, чтобы отражаемая в отчетности информация об этом активе была полной, единой и носила достоверный характер.

### ***Список литературы***

1. Астрелина В.В., Бондарчук П.К. Оценка деловой репутации банка / В.В. Астрелина, П.К. Бондарчук // Деньги и кредит. – 2012. – №12. – С. 16–23.
2. Иванов А.П., Михалёв А.С. Содержание и оценка категории «деловая репутация» кредитной организации / А.П. Иванов, А.С. Михалёв // Финансы и кредит. – 2014. – №33.
3. Как учесть деловую репутацию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pb.buhgalteria.ru/practice/check/114953/> (Дата обращения: 05.05.2015)
4. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «НК «Роснефть» по международным стандартам // РОСНЕФТЬ, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rosneft.ru/Investors/statements\\_and\\_presentations/](http://www.rosneft.ru/Investors/statements_and_presentations/) (Дата обращения: 05.05.2015)
5. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» // ПКАТ «Авдеев и Ко» 1999–2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.audit-it.ru/inform/msfo\\_rus/IFRS\\_03.pdf](http://www.audit-it.ru/inform/msfo_rus/IFRS_03.pdf) (Дата обращения: 05.05.2015)
6. Письмо банка России от 30 июня 2005 г. N92-Т «Об организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах» Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 № 153н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)».