

**УДК 657.06**

## **ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

*Багиева Ф. ст.ЭФ  
Научный руководитель:  
Рабаданова Ж.Б. к.э.н., доцент кафедры  
«Бухгалтерский учет»  
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»,  
г. Махачкала, Россия  
jariuat77@mail.ru*

Для современной мировой экономики в целом, а также для российской экономики, которая испытывает на себе большое влияние Запада, характерна высокая активность рынка сделок слияний и поглощений компаний.

С началом финансового кризиса все чаще предметом купли-продажи становились не только отдельные активы предприятий, но и сами предприятия как имущественные комплексы. При этом очень важное значение имеет деловая репутация: наработанные связи, лояльная клиентская база, история предприятия, бренды и торговые знаки. В результате предприятия с одними и теми же техническими возможностями, оборудованием, персоналом будут стоить по-разному. Эта разница носит название - деловая репутация (гудвилл).

Первое упоминание о гудвилле как экономической категории датируется 1571 г., когда это понятие впервые появилось в завещании одного британского бизнесмена в отношении принадлежавшей ему каменоломни. В течение последующих лет гудвилл как экономическая категория в явной или неявной форме все более активно использовался в юридической практике. Сначала он олицетворялся с преимуществом территориального расположения некоторого объекта, а также с привычками, привязанностью населения округа к данному объекту, однако в дальнейшем это понятие было расширено до любого фактора, позволяющего действующему предприятию иметь конкурентные преимущества перед вновь созданным предприятием с равновеликими производственными мощностями. Уже в середине XIX в. английский суд стал квалифицировать

гудвилл как имущественное право, поэтому возникла необходимость в его оценке и принятии к учету. В 1891 г. английский бухгалтер Ф. Мор впервые предложил оценивать гудвилл исходя из генерируемых им дополнительных доходов. Так гудвилл вошел в учет.

Деловая репутация (гудвилл) - это общественная оценка деятельности, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках данной организации. Она формируется на основе восприятия потребителями, инвесторами, сотрудниками, средствами массовой информации продукции (работ, услуг) организации в целом. Однако стоимость собственной деловой репутации организация в бухгалтерском балансе не отражает. В бухгалтерском учете учитывается только приобретенная деловая репутация, возникающая в связи с покупкой предприятия как имущественного комплекса. Организация, приобретающая предприятие, при учете доходов или расходов, возникающих в результате такой сделки, руководствуется для целей налогообложения прибыли статьей 268.1 НК РФ.

Для целей бухгалтерского учета деловой репутацией является разница, возникающая между ценой приобретения предприятия как имущественного комплекса и суммой его активов.

Согласно п. 4 ПБУ 14/2007 деловая репутация, возникающая в связи с приобретением предприятия, учитывается в составе нематериальных активов.

Согласно ПБУ 14/2007 и МСФО (IFRS) 3 «Объединение бизнеса» гудвилл как объект учета обладает целым рядом особенностей, отличающих его от «традиционных» нематериальных активов.

#### **Отличительные особенности гудвилла от «традиционных» нематериальных активов**

<b>Нематериальные активы</b>	<b>Гудвилл</b>
Могут являться самостоятельным объектом сделки, принадлежат компании на правах собственности	Деловая репутация не существует отдельно от предприятия. Это неотчуждаемое имущество, которым нельзя распоряжаться отдельно от предприятия. Оно

	не может быть самостоятельным объектом сделки, поскольку не принадлежит компании на праве собственности
У других нематериальных активов некоторый элемент вещественности присутствует: товарные знаки имеют графическое изображение, фирменные наименования и лицензии оформлены документально, ноу-хау подтверждаются технической документацией	У деловой репутации отсутствует вещественная форма
Все нематериальные активы отражаются в бухгалтерском учете по первоначальной стоимости по сумме фактических затрат, связанных с приобретением, или каким-либо другим образом в зависимости от способа оплаты	Стоимостной измеритель деловой репутации является довольно условным.
Нематериальные активы используются длительное время, в течение которого их стоимость равномерно (ежемесячно) переносится на производимую продукцию, выполненные работы или оказанные услуги путем начисления по ним амортизации. При этом первоначальная стоимость нематериальных активов в текущем учете не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством РФ, а в балансе они отражаются по остаточной стоимости	Стоимость деловой репутации можно списать (погасить), но при этом предприятие не лишается самой репутации

В ПБУ 14/2007 рассматривается как положительная, так и отрицательная деловая репутация.

Положительная деловая репутация организации рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод, и учитывается в качестве отдельного инвентарного объекта нематериальных активов. Приобретенная деловая репутация организации амортизируется в течение двадцати лет (но не более срока деятельности организации) линейным способом.

В бухгалтерском учете в связи с приобретением предприятия с положительной деловой репутацией делаются следующие проводки:

Дебет 08 Кредит 60 - отражено получение предприятия;

Дебет 19 Кредит 60 - отражена сумма НДС по вложениям в приобретение предприятия;

Дебет 68 Кредит 51 - уплачена государственная пошлина за регистрацию недвижимого имущества;

Дебет 08 Кредит 68 - сумма государственной пошлины отнесена на увеличение стоимости приобретенного объекта;

Дебет 60 Кредит 51 - произведена оплата продавцу предприятия;

Дебет 68 Кредит 19 - сумма НДС принята к вычету;

Дебет 04 Кредит 08 - положительная деловая репутация включена в состав нематериальных активов;

Дебет 20 Кредит 05 - начислена амортизация на нематериальный актив (гудвилл).

В бухгалтерском учете амортизация положительной деловой репутации начисляется линейным методом в течение 20 лет.

Величину превышения стоимости чистых активов предприятия как имущественного комплекса над ценой его покупки, т.е. отрицательный гудвилл, следует рассматривать как скидку с цены, предоставляемую покупателю в связи с отсутствием стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала. Другими словами, при отрицательной Деловой репутации фактическая стоимость приобретаемой компании или доли в ее капитале ниже справедливой стоимости ее активов и обязательств. Нормы ПБУ 14/2007 в отношении учета отрицательной деловой репутации приближены к МСФО. Скидка, получаемая покупателем, признается доходом в месяце, когда осуществлена государственная регистрация перехода права собственности на предприятие как имущественный комплекс. В бухгалтерском учете отрицательная деловая репутация учитывается на счете 91 «Прочие доходы и расходы» в составе прочих доходов.

### **Список литературы:**

1. Бельских И.Е. Учет и оценка гудвилла: мировой опыт и российская спецификация / И.Е.Бельских, И.М.Сметанин // Международный бухгалтерский учет - 2010 - №3.

2. Борзунова О.А. Гудвилл: хорошую репутацию нельзя потрогать, но можно обложить налогами / О.А.Борзунова // Налоговый вестник - 2009 -№6.

3. Гудвилл как бухгалтерская категория [Электронный ресурс]/Бухгалтерский учет//Режим доступа:

<http://www.mielt.ru/dir/cat29/subj591/file175/view106/.html>

4. Оценка деловой репутации (goodwill) [Электронный ресурс]/АБК Активные Бизнес Консультации//Режим доступа:

<http://www.active-consult.ru/ocdelovreputac.htm>