

5. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

5.1. ВНУТРЕННЕ СОЗДААННЫЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ГУДВИЛЛ КАК ИНДИКАТОРЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА

Арчакова М.Б., к.э.н., доцент кафедры
«Бухгалтерский учет в коммерческих организациях»

*ФГБОУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве РФ»*

В связи с глобализационными процессами в мировой экономике проблема учета нематериальных активов (НМА), их оценки и отражения в финансовой отчетности приобрела в последнее время еще большую актуальность. В исследовании представлен сравнительный анализ критериев признания и оценки внутренне созданных НМА и деловой репутации в соответствии с национальными и международными стандартами, основные тенденции процесса их дальнейшей оптимизации, предложены альтернативные подходы к оценке внутренне созданного гудвилла и раскрытию информации о нем в финансовой отчетности компании.

В последние десятилетия роль нематериальных активов (НМА) в имуществе компаний стала ключевой. Это объясняется различными глобальными процессами, в том числе увеличением рынка производственных услуг, развитием сети Интернет и проч. Поэтому сейчас НМА занимают существенную долю в структуре активов практически каждой компании, ввиду чего особенно важным становится вопрос их оценки, степень достоверности которой влияет на качество предоставляемой внутренним и внешним пользователям информации.

Основной проблемой определения реальной стоимости объектов НМА является, безусловно, их уникальный характер. Как правило, несмотря на то, что существует множество классификаций типовых видов НМА, тем не менее, большинство из них не имеет активного рынка как такового. При их оценке редко можно найти доступную информацию о сделках по идентичным объектам или даже по объектам-аналогам.

И хотя цена на рынке не является абсолютным выражением реальной ценности НМА для компании, все же это единственный показатель, который отличается сравнительно высокой степенью объективности, так как отражает реальную рыночную картину. Именно поэтому мировое бухгалтерское сообщество пришло к почти единогласному мнению о нежелательности применения в оценке НМА каких-либо субъективных корректировок либо ненаблюдаемых оценочных суждений, которые, как правило, основываются на допущениях внутреннего менеджмента.

Этот факт лег в основу построения иерархии оценки по справедливой стоимости, представленной в МСФО (IFRS) 13 «Оценка по справедливой стоимости», первый и самый достоверный уровень в которой занимает информация о наблюдаемых сделках на активном рынке, в то время как допущения менеджмента и оценщиков занимают третий, наименее точный, уровень.

Возможность достоверной оценки НМА является одним из ключевых критериев признания. Рассмотрим целесообразность применения трех классических подходов – затратного, доходного и сравнительного – к оценке справедливой стоимости объектов НМА.

Затратный подход – способ оценки, основанный на определении стоимости издержек на создание, изменение и утилизацию имущества с учетом всех видов износа. В силу ряда причин он практически неприменим для целей достоверной оценки НМА, так как чаще всего затраты на создание объекта НМА и доходы, которые от него ожидаются, – ценность актива – бывают несопоставимы. К примеру, себестоимость программного обеспечения Microsoft Office незначительно отличается от себестоимости других программных обеспечений, однако его справедливая стоимость в тысячи раз превосходит таковую других программ. На цену в данном случае влияет множество факторов, в первую очередь ожидаемые будущие экономические выгоды. Поэтому степень информативности результатов оценки данного актива по себестоимости, вероятнее всего, будет предельно низка. При этом, если компания не предусмотрела в учетной политике возможность переоценки НМА, то информация о стоимости, представленная в финансовой отчетности, не будет отражать корректно будущие экономические выгоды, генерируемые активом.

Возможна и обратная ситуация, при которой себестоимость объекта нематериальных активов значительно превышает экономические выгоды от него. Рассмотрим в качестве примера оценку внутренне созданного НМА при первоначальном признании. В соответствии с требованиями Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ) 14/2007 и Международного стандарта финансовой отчетности (МСФО) 38, созданный собственными силами НМА подлежит признанию в качестве объекта учета как в российском, так и в международном бухгалтерском учете в сумме фактических расходов на его создание.

Выбор такого варианта оценки основан на допущении, что наилучшим эквивалентом справедливой стоимости на момент создания актива является сумма фактических расходов на его создание. Тем не менее, данный подход является дискуссионным. Компания Открытое акционерное общество (ОАО) «Системный оператор единой энергетической системы» в 2012 г. инициировала разработку программного обеспечения, которое изначально планировалось использовать под версию Windows XP. Общая длительность разработки составила один календарный год. Вследствие форсированного совершенствования существующих технологий к концу создания программного обеспечения вышла новая версия Windows 7, что резко сократило потенциальную рентабельность разработки программного обеспечения для компании. НМА был признан как в российском, так и в международном бухгалтерском учете по себестоимости. Разработанный объект формально отвечает всем критериям признания НМА, однако той

отдачи, которая ожидалась изначально, компания не получила, а затраты на его создание существенно превысили экономические выгоды от его эксплуатации [2, с. 40].

Безусловно, правила последующей оценки объектов НМА предусматривают необходимость тестирования активов на обесценение при наличии признаков, указывающих на возможное снижение стоимости актива, однако это не отменяет проблемы недостоверной первоначальной оценки таких активов. В то же время, как показывает практика, компании зачастую пренебрегают необходимостью выявления признаков обесценения в отношении отдельных активов, вследствие чего убытки от снижения их стоимости остаются неучтенными.

По нашему мнению, для решения этой проблемы в структуру затрат, формирующей себестоимость актива при первоначальном признании, необходимо включить ожидаемые убытки компании от снижения будущих экономических выгод, генерируемых активом, либо при наличии активного рынка на оцениваемый объект использовать сравнительный или доходный подход. Сам факт того, что расчет возмещаемой стоимости, используемой при тестировании активов на обесценение, основан на двух суммах – справедливой стоимости за вычетом затрат на продажу, соответствующей сравнительному подходу к оценке, и ценности использования актива, соответствующей доходному подходу, красноречиво свидетельствует о том, что затратный подход к оценке нематериальных активов не дает надежных и достоверных результатов, и потому экономически нецелесообразен.

Затратный подход в отношении оценки объектов НМА является наименее трудоемким. Однако в то же время он, как правило, в большинстве случаев не отражает рыночную ситуацию, а его применение, как показал приведенный выше анализ, экономически нецелесообразно даже в отношении уникальных активов, не имеющих аналогов. В связи с этим затратный подход является наименее подходящим для целей оценки объектов нематериальных активов. Применять его допустимо в отношении ограниченного ряда объектов лишь в случае, если их стоимость не меняется существенно во времени, либо если другие подходы неприменимы в силу отсутствия соответствующих данных для расчета.

Сравнительный подход. Применение сравнительного подхода, соответствующего первому уровню иерархии, для оценки по справедливой стоимости объектов НМА, как, впрочем, и других объектов, в целом является самым оптимальным и дающим наиболее приближенные к действительности результаты. Однако в отношении оценки НМА его использование имеет ряд ограничений:

- отсутствие активного рынка на большинство объектов НМА по причине их уникального характера;
- недостаточное количество сделок по объектам НМА, на которые имеется рынок, для осуществления оценки объекта;
- быстрое моральное устаревание объектов НМА создает сложности при сборе корректной для сравнения информации;
- применение сравнительного подхода влечет за собой существенные трудозатраты.

И все же самым главным препятствием на пути применения сравнительного подхода к оценке НМА является тот факт, что рыночную стоимость большинства объектов определить невозможно из-за отсутствия активного рынка на них. В рамках исследования автором проведено комплексное интернет-анкетирование экспертов в области оценки активов, а также подготовки и аудита финансовой отчетности по МСФО нефинансовых компаний нефтегазового, строительного, энергетического секторов по вопросам внедрения справедливой стоимости на различных участках учета в условиях российской экономики. В число интервьюируемых вошли сотрудники компаний ОАО «Стройтрансгаз», Закрытого акционерного общества (ЗАО) «КПМГ», ОАО «Системный оператор единой энергетической системы», ЗАО «БДО Юникон» и др.

По результатам опроса на предмет того, как эксперты оценивают соответствие российского рынка НМА критериям активного, стало ясно, что 88% опрошенных считает, что активный рынок существует только на незначительное число объектов.

Что касается трудоемкости процесса определения справедливой стоимости объектов НМА, то этот факт бесспорен. Однако до сих пор остается обсуждаемой проблема необходимости этих затрат для предприятия. Некоторые эксперты склонны считать, что расходы на оценку НМА являются невозмещаемыми. Эта точка зрения является спорной. Дело в том, что доля НМА в финансовой отчетности, предоставляемой пользователям, довольно существенна. В ряде случаев достоверно оцененные объекты НМА могут значительно увеличить капитализацию, вследствие чего повысится инвестиционная привлекательность фирмы, ее кредитоспособность.

Проведенный среди экспертов в области МСФО интернет-опрос показал, что большинство экспертов (76%) признает переход на оценку НМА по справедливой стоимости полезным и необходимым (15% из них все же полагает, что трудоемкость расчетов несопоставима с полезностью получаемой на выходе информации), 18% опрошенных считает пользу от оценки по справедливой стоимости незначительной, и лишь 6% полагает, что переход на оценку НМА по справедливой стоимости окажет отрицательное влияние на качество информации, предоставляемой пользователю.

Исследование принципов подготовки финансовой отчетности по международным стандартам крупнейших компаний нефинансового сектора показало, что более 60% компаний, в имуществе которых имеется значительная доля НМА, применяют модель оценки по переоцененной стоимости в отношении хотя бы некоторых групп НМА. Как правило, это относится к правам на разведку и добычу (добывающая отрасль), лицензиям на осуществление какой-либо деятельности (например, сфера телекоммуникаций – рынок волатилен в силу прогресса), товарным знакам, ИТ-технологиям и проч. Причем 70% из них привлекают для расчета независимых оценщиков. Т.е., несмотря на то, что оценка НМА по справедливой стоимости является достаточно затратоемкой процедурой, компании в основном считают эти расходы оправданными.

ми. Этот факт еще раз доказывает, что справедливая стоимость НМА является полезной и востребованной для пользователей информации.

Безусловно, применение сравнительного подхода при оценке НМА сопряжено с рядом рисков, связанных прежде всего с рыночной конъюнктурой. На сегодняшний день круг главных пользователей финансовой отчетности сместился с регулирующих органов в сторону инвесторов и кредиторов, главным желанием которых, как уже не раз упоминалось, является доступ к достоверной, оперативной и, главное, актуальной информации. Поэтому сегодня не может идти речь об упрощении процесса подготовки публикуемых данных для компании. Напротив, коммерческие компании заинтересованы и абсолютно осознанно расходуют немало средств на подготовку качественной финансовой отчетности как по национальным, так и по международным стандартам, так как последней пользователи доверяют больше. Что касается колебаний рыночной цены НМА, то это характерно для всех активов в большей или меньшей степени в силу того, что рынок не стоит на месте. Причины колебаний могут быть как спекулятивными (не отражают изменения ценности актива), так и связанными с изменением качеств и свойств объекта оценки. Причем в отношении НМА вероятность дифференциации цен во времени достаточно высока по причине их подверженности моральному износу (технологии) или, напротив, из-за быстрого темпа роста привлекательности на рынке (товарный знак). Поэтому при наличии значительных изменений в стоимости необходимо раскрыть наиболее достоверную информацию по состоянию на отчетную дату и предоставить в примечаниях объяснения таких различий.

Доходный подход. Данный подход применим к достаточно широкому ряду объектов НМА и при правильном подходе дает результаты, отвечающие критериям реальной оценки стоимости объектов. Суть его в том, что стоимость объекта НМА приравнивается к сумме приведенных ожидаемых от эксплуатации объекта денежных потоков. Главным недостатком этого метода является то, что он, как правило, основан на прогнозах менеджмента, которые, учитывая волатильность рыночной конъюнктуры, не всегда являются достаточно надежной базой для оценки.

Одним из самых дискуссионных вопросов учета НМА является правомерность запрета на отражение компаниями некоторых внутренне созданных НМА. Они представляют собой, как правило, сложившиеся факты хозяйственной жизни компании, имеющие влияние на генерирование прибыли имуществом компании. К ним относятся:

- опыт управления предприятием;
- бренд как совокупность материальных и нематериальных категорий, формирующих у потребителя положительный имидж товара, услуги или фирмы и вызывающих желание приобрести товар с конкретной маркировкой, сделав такой выбор из многообразия предложений [4, с. 57];
- квалификация персонала
- стратегическое положение на рынке (монопольное положение и проч.);
- налаженная дистрибьюторская сеть;
- кредитная история компании;

- выгодное географическое положение;
- отношения с государственными органами;
- деловая репутация и проч.

На сегодняшний день ни одна система учета в мире не позволяет учитывать данные объекты в качестве активов (кроме деловой репутации, приобретаемой при покупке бизнеса). Основными причинами этого являются:

- отсутствие контроля над объектом (квалификация персонала, база контрагентов, клиентская база);
- невозможность идентификации объекта (бренд, кредитная история компании и проч.);
- неопределенность в получении будущих экономических выгод.

Тем не менее, неотражение данных активов, создающих конкурентные преимущества для предприятия в сравнении с другими компаниями, является неправомерным и вводит пользователей в заблуждение. Американские ученые Barth и Clement провели исследование, в котором проанализировали связь между величиной внутренне созданных брендов и рыночной стоимостью компании [6, с. 124]. Результаты исследования выявили прямую взаимосвязь между данными показателями. Вывод очевиден, потому что в настоящее время грамотно поставленная рекламная кампания, дистрибьюторская политика и престиж компании увеличивают доходы организаций в разы. Однако при оценке стоимости бренда они используют подход капитализации затрат на рекламу. Автор статьи считает данный алгоритм расчета нерациональным, так как ценность бренда как объекта НМА зависит от эффективности рекламной кампании, а не от суммы расходов на нее.

Двумя годами ранее ученые Amir и Lev, исследуя вопрос учета затрат на обучение персонала навыкам работы с новыми технологиями, в том числе с усовершенствованной компьютерной техникой, предлагали капитализировать их в составе НМА [5, с. 82]. Они выявили, что отнесение затрат на расходы периода приводит к искажению в сторону завышения финансового результата компании на протяжении последующих трех лет. Автор согласен с тем, что такие затраты на подготовку персонала логично учитывать в качестве активов, так как они участвуют в процессе генерирования экономических выгод компании. Однако одним из важных критериев признания актива является наличие возможности надежной оценки его стоимости:

- во-первых, в данном случае неизвестно, какая часть понесенных затрат действительно будет приносить выгоды, а какая – нет;
- во-вторых, даже если сделать допущение, что все обученные сотрудники компании будут приносить выгоды, возникает вопрос о корректности оценки этого актива по себестоимости обучения.

По нашему мнению, справедливая стоимость данного актива будет равна дисконтированным выгодам от его использования. Определить же их практически невозможно. Третьим аспектом несостоятельности предлагаемого подхода является то, что знания персонала в общем случае являются неподконтрольным компании активом. Поведенческий аспект здесь является ключевым, так как сотрудник может уволиться с места работы в любой момент.

В последние десятилетия доля внутренне созданных НМА в имуществе значительно увеличилась. Согласно экспертным оценкам, в начале 2000-х гг. внутренне созданные активы крупнейших мировых компаний, не получившие отражения в учете, составили:

- Microsoft – 211 млрд. долл.;
- Intel – 170 млрд. долл.;
- General Electric – 112 млрд. долл.

Основную долю не нашедших отражения в учете НМА составляет внутренне созданный гудвилл (или деловая репутация), который в условиях глобализации мировой экономики приобретает ключевое значение для компании. Эта категория, несмотря на относительную неизученность, оказывает существенное влияние на успех предприятия на рынке.

Гудвилл представляет собой единую группу нематериальных факторов, позволяющих компании иметь определенные конкурентные преимущества в отрасли и благодаря этому генерировать дополнительные доходы. Иными словами, гудвилл – это мнение общественности (в самом широком смысле слова) о процессе производства, качестве продукции, схеме ведения отношений компании с контрагентами и прочих факторах, непосредственно влияющих на процесс генерирования прибыли и, как результат, на стоимость фирмы.

К возникновению гудвилла могут привести применение активной и успешной рекламной кампании, ноу-хау, эффективная дистрибьюторская система, высококвалифицированный интеллектуальный капитал и др. Все это фактически представляет собой внутренне созданные НМА, которые в соответствии с положениями большинства современных учетных систем не подлежат признанию в качестве активов в финансовой отчетности предприятия.

Российская система бухгалтерского учета относит деловую репутацию к НМА, учет которых соответственно регулируется ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов». При этом выделяются положительная и отрицательная деловая репутация. Первая представляет собой «надбавку к цене, уплачиваемую покупателем в ожидании будущих экономических выгод в связи с приобретенными неидентифицируемыми активами». Вторая же – скидку с цены, предоставляемую покупателю в связи с отсутствием факторов наличия стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления, уровня квалификации персонала и т.п. [1, 197].

Порядок учета и оценки при этом сравнительно прост – стоимость деловой репутации определяется как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения). Признанная величина деловой репутации амортизируется в течение 20 лет.

Что касается системы МСФО, то правила определения стоимости гудвилла здесь устанавливаются следующими стандартами.

1. МСФО (IFRS) 3 «Объединение бизнеса» – касательно вопросов оценки при признании гудвилла в рамках сделки объединения компаний.

2. МСФО (IAS) 38 «Учет нематериальных активов» – в отношении текущего учета внутренне созданных объектов нематериальных активов.
3. МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов» – при тестировании нематериальных активов и гудвилла на обесценение в случае применения модели оценки по себестоимости.
4. МСФО (IFRS) 5 «Активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность», в отношении НМА, которые компания планирует в скором будущем реализовать.

В соответствии с МСФО (IFRS) 3 в учете организации может быть признан только гудвилл, образованный вследствие объединения бизнеса. При этом величина гудвилла определяется как разница между покупной стоимостью активов и их справедливой стоимостью в день проведения сделки [3, с. 563]. Стоит обратить внимание на то, что разница между справедливой и балансовой стоимостью любого актива в российских условиях может быть огромной.

Касательно внутренне созданного гудвилла, как уже было отмечено, позиция международных стандартов однозначна – актив в этом случае признанию не подлежит. Существует множество аргументов в пользу этой позиции. В первую очередь это тот факт, что несмотря на воздействие (чаще положительное), которое оказывает данный актив на ожидаемые экономические выгоды от эксплуатации других идентифицируемых материальных и НМА, тем не менее самостоятельно, в отдельности от других активов бизнес-единицы, гудвилл не представляет собой никакой ценности, он просто не существует.

Таким образом, очевидно, что гудвилл не отвечает одному из главных критериев признания актива – идентифицируемости, т.е. возможности его отделения от других активов. Другой проблемой на пути к отражению внутренне созданного гудвилла является невозможность его объективной оценки. Однако вопрос остается дискуссионным. Среди теоретиков есть немало экспертов, опровергающих существующую методику учета внутренне созданных активов, и гудвилла в частности.

Действительно, рентабельная, успешно работающая компания с прочными деловыми связями, с пользующейся спросом продукцией, нарабатывающая свою положительную деловую репутацию должна иметь возможность представить информацию о гудвилле внешним пользователям в своей финансовой отчетности, тем более что такая информация может быть полезна последним.

На протяжении последних 70 лет было предложено множество различных моделей его оценки, однако ни одна из них не отвечает требованиям достоверности, надежности и объективности.

Самым популярным среди теоретиков является определение стоимости гудвилла путем расчета разницы между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью всех имеющихся у компании активов. Сторонники этого подхода приводят довод, что у многих крупнейших компаний с многомиллионной капитализацией балансовая стоимость активов равна нескольким миллионам.

Однако тот факт, что финансовая отчетность не отражает рыночную стоимость компании, еще не значит, что можно раздувать баланс предприятия не-

корректно оцененными псевдо-активами. Деловая репутация сама по себе является очень непостоянным активом – ее стоимость может существенно колебаться в рамках короткого периода времени в зависимости от малейших изменений конъюнктуры рынка. Если же предприятие будет ликвидировано, она вообще перестанет существовать. Поэтому, учитывая ее венчурность (высокую подверженность риску изменения стоимости), автор считает, что будет неосмотрительно включать ее в активы предприятия. Что касается данного подхода к оценке гудвилла, то он несовершенен по следующим причинам:

- его можно использовать только в отношении публичных компаний, акции которых котируются на рынке ценных бумаг;
- нет достаточной уверенности в том, что балансовая стоимость других активов представляет собой их реальную стоимость. В случае, если компания использует метод оценки основных средств, НМА и других активов по себестоимости, разница между рыночной стоимостью акций и балансовой стоимостью активов будет включать также переоценку этих активов, что некорректно;
- рыночная стоимость акций не всегда является оптимальным эквивалентом стоимости компании, так как на ее изменение могут влиять факторы, не отражающие ее экономическую эффективность, такие как:
 - спекулятивная составляющая (стоимость акций может колебаться из-за брокерских игр на рынке);
 - намеренная политика по манипулированию ценой акций (привлечение внимания к деятельности компании в прессе и проч.);
 - утаивание информации о компании.

В нашей стране, например, в условиях кризиса участились случаи «перебрасывания» акционерами, негласно владеющими пакетами акций нескольких компаний, непрофильных активов из одной компании в другую с целью поддержания положительного финансового результата.

Проблемы, связанные с отсутствием рыночной капитализации или с несовершенством стоимости акций в качестве эквивалента реальной стоимости бизнеса, мы предлагаем решить, используя при расчете гудвилла другие методы оценки стоимости компании, не имеющие четкой привязки к котировкам на бирже. По нашему мнению, одним из наиболее привлекательных вариантов для расчета является дивидендный метод расчета стоимости бизнеса, основанный на том, что покупатель готов заплатить за компанию сумму, приблизительно равную будущим денежным поступлениям от владения акциями, дисконтированным по ставке, соответствующей стоимости капитала.

Плюсы данной модели в том, что с ее помощью может быть рассчитана стоимость компании, акции которой не котируются на рынке. Помимо этого, она также учитывает возможный прирост в годовом объеме дивидендов в будущих периодах. В целом формула дивидендной модели оценки стоимости бизнеса выглядит так:

$$P_0 = D_0(1 + g) / (K_e - g), \quad (1)$$

где P_0 – рыночная стоимость бизнеса;

D_0 – выплаченные дивиденды текущего периода;

g – темп годового прироста дивидендов;

K_e – требуемая доходность акционеров, или стоимость капитала.

Несомненно, дивидендная модель оценки стоимости бизнеса, как и любая другая, имеет ряд допущений, которые надо принимать во внимание при ее применении в расчетах. Однако вместе с тем она имеет один явный плюс – возможность использования в оценке стоимости компании, акции которой не котируются на открытом рынке. Внутренне созданный гудвилл в данном случае будет равен разнице между рыночной стоимостью бизнеса, рассчитанной с применением дивидендной модели, и справедливой стоимостью активов компании на отчетную дату.

Отражение в финансовой отчетности активов предприятия в сумме рыночной капитализации компании даже в случае надежной оценки отвечает интересам лишь отдельных групп пользователей – инвесторов, заинтересованных в покупке акций данной компании. Напомним, что гудвилл представляет собой цену, которую готов заплатить покупатель сверх стоимости идентифицируемых чистых активов. Компании идут на такие сделки, как правило, в ожидании синергетического эффекта от использования активов приобретаемой бизнес-единицы совместно со своими активами – т.е., по сути, это их плата за ожидаемые будущие экономические выгоды от приобретения бизнеса в целом, а не активов в отдельности. Предприятие, котирующееся на рынке, имеет возможность реализовать свой актив по вполне конкретной цене, оговоренной в сделке. С другой стороны, не факт, что эта сделка будет иметь место. Поэтому даже при наличии объективной возможности надежной оценки гудвилла, автор считает неосмотрительным включение непосредственно в отчет о финансовом положении компании информации о его стоимости.

Помимо рассмотренного, в теории существуют и другие методы расчета стоимости гудвилла. Один из них – метод избыточных прибылей. Он основан на сравнении рентабельности чистых активов предприятия со средней рентабельностью чистых активов по отрасли. Гудвилл в этом случае рассчитывается как актив, не отраженный в учете, но имеющий такую же доходность, что и другие активы. Главным недостатком данного метода является прежде всего уравнивание рентабельности всех активов предприятия, в числе которых могут быть и непрофильные активы. Помимо этого, данный метод предполагает сопоставление данных по рентабельности предприятий одной отрасли. Подобный расчет не может дать объективного результата в силу сильной дифференциации доходов различных компаний внутри отрасли.

Также известен доходный метод, основанный на дисконтировании прибылей, ожидаемых от гудвилла. Данный метод несовершенен в силу отсутствия у менеджмента компании объективной возможности идентификации потоков экономических выгод, генерируемых непосредственно от использования гудвилла.

В целом в силу неопределенности, связанной с оценкой гудвилла, созданного внутри компании, автор считает некорректным его отражение в рамках активов компании. В то же время в случае, если компании считают информацию о гудвилле, рассчитанном тем или иным способом, важной и существенной для пользователя, они могут отразить ее в примечаниях к отчетности, или в дополнительном

приложении к ней, так как МСФО оставляют за отчитывающимися единицами право решать, стоит ли отражать ту или иную информацию в отчетности.

Очевидно, что с ускоряющимися процессами интеграции РФ в мировую экономическую систему бухгалтерское сообщество все более озадачивается необходимостью перехода от отчетности «для надзора» к отчетности «для принятия решений». Достоверно подготовленная отчетность компании – это залог успеха в переговорах с потенциальными кредиторами и инвесторами. В последние годы ключевую роль приобретает нефинансовая отчетность как фактор повышения устойчивого развития компании. Идея капиталов, лежащая в основе интегрированной отчетности фирмы, решает проблему отсутствия возможности представлять информацию о внутренне созданных нематериальных активах и гудвилле, в частности. Гудвилл в силу своей специфической природы представляет собой завуалированный актив для внешних пользователей, в расшифровке которого они заинтересованы, вследствие чего, несомненно, вопрос его наиболее надежной и достоверной оценки приобретает с каждым днем все большую актуальность.

Литература

1. 23 положения по бухгалтерскому учету [Текст] : сб. док. – М. : Омега-Л, 2012. – 373 с.
2. Арчакова М.Б. Справедливая стоимость как экономическая категория [Текст] / М.Б. Арчакова // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – №3. – С. 39-43.
3. Международные стандарты финансовой отчетности [Текст]. – М. : Аскери, 2013. – 1038 с.
4. Федько В.П. Товарный знак [Текст] / В.П. Федько. – М., 1998.
5. Amir E.B. Lev. Value relevance of non-financial information: The wireless communications industry [Text] / E.B. Amir // Journal of accounting and economics. – 1996. – P. 3-30.
6. Barth M. et al. Brand values and capital market valuation [Text] / M. Barth, M. Clement, G. Foster, R. Kazhnik // Review of accounting studies. – 1998. – Pp. 41-68.

Ключевые слова

Международные стандарты финансовой отчетности; нематериальные активы; справедливая стоимость; гудвилл; внутренне созданные нематериальные активы; оценка нематериальных активов.

Арчакова Милана Башировна

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность проблемы. На сегодняшний день между экспертами в области учета и отчетности ведутся активные дискуссии по проблемам признания и оценки внутренне созданных нематериальных активов (НМА) и гудвилла компании. Однако их специфическая природа затрудняет данную задачу.

Актуальность темы данного исследования обусловлена объективной необходимостью критического анализа существующих правил и требований по оценке и отражению в финансовой отчетности компаний информации об их внутренне созданных НМА.

Научная новизна и практическая значимость. В данном исследовании проанализированы основные нормативные требования, действующие на текущий момент в отношении признания и оценки внутренне созданных НМА и гудвилла как в национальной, так и в международной системах учета, проведен критический анализ сильных и слабых сторон действующих принципов их признания и оценки, изучены основные мировые тенденции дальнейшего совершенствования правил отражения НМА в учете, предложены альтернативные методы оценки гудвилла и представления информации о нем в финансовой отчетности компаний.

Практическая значимость исследования имеет место в связи с возможностью применения его результатов на практике компаниями, составляющими финансовую отчетность в соответствии с международными стандартами.

Заключение. Рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Гетьман В.Г., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет в коммерческих организациях» ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»