

IMPROVE GOODWILL OPERATIONAL ACCOUNTING

Vafoxodjaeva D.M

Samarkand branch of Tashkent State University of Economics

Annotation. This article discusses the approaches of domestic and foreign scientists to the properties of goodwill. It is also based on the need for disclosures based on accounting and financial reporting data, taking into account the impact on the merger decision-making process.

Key words: goodwill of domestic production, goodwill, acquired goodwill, acquisition and business combination, purchase method.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО УЧЕТА ГУДВИЛЛА

Вафохожаева Д.М.

Самаркандский филиал

Ташкентского государственного экономического университета

Аннотация. В данной статье рассматриваются подходы отечественных и зарубежных ученых к свойствам гудвилла. Он также основан на необходимости раскрытия информации на основе данных бухгалтерского учета и финансовой отчетности с учетом влияния на процесс принятия решений о слиянии.

Ключевые слова: деловая репутация отечественного производства, гудвилл, приобретенная деловая репутация, приобретение и объединение бизнеса, метод покупки.

Введение. В условиях глобализации многие предприятия могут оказаться не в состоянии конкурировать и вероятности потерять свое место на рынке. Поэтому такие нематериальные активы, как гудвилл, характерный для данных процессов, создаются в результате слияний и приобретений предприятий. Следует отметить, что величина деловой репутации колеблется в зависимости от отрасли экономики по отношению к балансовой стоимости активов предприятий, иногда превышая 50%. Деловая репутация (гудвилл) отражает невидимую стоимость предприятия, поэтому изучение этих нематериальных активов актуально для науки и практики.

Литературный обзор. Одним из наиболее актуальных вопросов, связанных с деловой репутацией в научной литературе, является возможность и необходимость отражения информации о гудвилле отечественного производства в бухгалтерском учете и финансовой отчетности. В экономической литературе существует два основных взгляда на деловую

репутацию: учетный и экономический подход. На существующих концептуальных основах бухгалтерского учета и финансовой отчетности гудвилл изучали многие ученые, в частности Голов С.Ф., Городянская Л.В., Занони А., Катти Дж., Костюченко В.Н., Ризаев Н.К., Давлетов И.Р., Уразов К.Б., Нурматов О. и др. Однако сторонники экономического подхода: Брэгг С., Вакун О.В., Дюба В.М., Травин В.В. и другие подчеркивали необходимость разработки правил бухгалтерского учета, которые позволили бы включать гудвилл, произведенный внутри страны, в активы, а не в результате слияний и поглощений. По сравнению с бухгалтерским подходом к разработке концепции гудвилла экономический подход является более широким, согласно которому гудвилл изначально создается компанией, а также может возникать в ходе операций по слиянию и поглощению. Поэтому, по мнению представителей экономического подхода, такая информация должна раскрываться в отчете компании, ведь основная цель бухгалтерского учета - предоставить пользователям финансовой отчетности актуальную и достоверную информацию для принятия решений.

Гудвилл представляет собой разницу между справедливой стоимостью, уплаченной при приобретении компании, и суммой приобретенных активов за вычетом приобретенных обязательств. Покупатель должен признать гудвилл в отчетности на дату приобретения.

Положительная разница (деловая репутация) рассматривается как надбавка к цене в ожидании будущих экономических выгод. Отрицательный гудвилл возникает, когда продажная стоимость компании, меньше стоимости ее чистых активов. В этом случае, покупатель должен признать полученный доход в составе прибыли или убытка на дату приобретения.

В случае объединения бизнеса, компании необходимо:

- установить покупателя;
- определить дату приобретения;
- признать и измерить идентифицируемые активы и обязательства, а также неконтролируемые доли;
- признать и измерить вознаграждение, выплачиваемое за приобретенный бизнес;
- признать и измерить гудвилл или прибыль от покупки по цене, ниже рыночной.

Гудвилл отражается в качестве актива, который тестируется на предмет обесценения минимум ежегодно или чаще, при наличии признаков возможного обесценения. Гудвилл, признанный при первоначальном учете объединения бизнеса, распределяется на генерирующие денежные средства единицы или их группы, которые, как ожидается, могут получить выгоду от объединения.

Для большинства компаний гудвилл (деловая репутация фирмы) является самым значительным активом, которому не присущи идентифицируемость и обособленность. Гудвилл облегчает манипулирование активами фирмы, при этом ни руководство фирмы, ни ее бухгалтеры не могут правильно оценить гудвилл, так как его реальная величина может быть измерена только в момент продажи фирмы

Приобретенная деловая репутация учитывается на балансе и амортизируется в течение 20 лет, но не более срока деятельности организации. Если же приобретенная деловая

репутация компании отрицательна, она равномерно относится на финансовые результаты компании как операционный доход.

В соответствии со стандартами национального бухгалтерского учета деловая репутация (гудвилл) определяется как разница между покупной ценой организации (как приобретенного имущественного комплекса в целом) и стоимостью по бухгалтерскому балансу всех ее активов и обязательств.

Гудвилл рассматривается как капитал со сроком амортизации в течение всего предусмотренного периода его полезного использования.

На сегодняшний день в среде специалистов по формированию гудвилла бытует мнение, что, к сожалению, пока надежных и устоявшихся методик денежной оценки нематериального актива не существует. Однако, несмотря на все сложности, в мировой практике имеется целый набор методов, позволяющих с некоторой погрешностью проводить денежную оценку бренда. Условно измерители бренда можно разделить на три категории: экспертные, затратные и рыночные. Первые базируются на экспертных заключениях специалистов, вторые основываются на затратах, производимых на поддержание бренда, третьи связываются с рыночной ценой фирмы, обладательницы известных брендов.

Основными видами поступления нематериальных активов являются их приобретение, создание (силами предприятия либо сторонних исполнителей на договорной основе), поступление в счет вклада в уставный капитал предприятия, безвозмездное поступление, осуществление совместной деятельности. При этом нематериальный актив, полученный в результате разработки, не обязательно, но можно и желательно отображать в бухгалтерском балансе. Почему и в каких случаях есть смысл это делать? Если предприятие имеет:

- намерение, техническую возможность и ресурсы для доведения нематериального актива к состоянию, в котором он пригоден для реализации и использования;
- возможность получения будущих экономических выгод от реализации или использования нематериального актива;
- информацию для достоверного определения затрат, связанных с разработкой нематериального актива.

Есть еще одно распространенное определение гудвилла – как “превышение стоимости приобретения сделанного покупателем по справедливой оценке над учетной стоимостью организации”. Такое определение фактически означает, что гудвилл торгового знака или предприятия может проявиться только, если происходит купля-продажа актива или всего предприятия. Оценка бренда возникает в ситуации продажи торговой марки, а оценка гудвилла предприятия – в момент окончания торгов с потенциальным покупателем компании.

Бухгалтерский подход к понятию гудвилла раскрыт в Международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), согласно которым последним шагом в применении метода приобретения гудвилла является остаточная стоимость. МСФО (IFRS) 3 определяет гудвилл в «Консолидации бизнеса» как нераскрытый актив, возникающий из других активов, приобретенных в результате объединения бизнеса, которое принесет будущие экономические выгоды. В соответствии с действующим законодательством данные бухгалтерского учета и отчетности не отражают гудвилл, созданный внутри компании, поскольку он не соответствует принципам признания, изложенным в МСФО (IFRS) 38 «Нематериальные активы».

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICE CONFERENCE ON " INTERNATIONAL EXPERIENCE IN INCREASING THE EFFECTIVENESS OF DISTANCE EDUCATION: PROBLEMS AND SOLUTIONS" SPECIAL ISSUE., 27 th March., 2022., France .,
Joint Conference IJSSIR**

Выявить гудвилл отечественного производства в соответствии с требованиями бухгалтерского учета и отразить его в качестве актива на балансе компании невозможно, поскольку невозможно достоверно определить его стоимость и признать отдельно от других источников и контролировать его со стороны компании.

Следует отметить, что деловая репутация (гудвилл) оказывает существенное влияние на стоимость организации. Многие зарубежные ученые в своих исследованиях рассматривают возможность показа гудвилла отечественного производства как информацию, необходимую пользователям финансовой отчетности для принятия решений, и утверждают, что гудвилл в первую очередь связан с развитием интеллектуального капитала. Ученые предлагают разные методы оценки гудвилла отечественного производства: метод сверхприбыли, альтернативный метод, метод товарной стоимости, метод оценки с использованием показателя деловой активности, метод остатка. Однако эти методы позволяют оценить стоимость внутренне созданного гудвилла только по отдельным его элементам.

На наш взгляд, для отражения в бухгалтерском учете гудвилла, созданного внутри предприятия, необходимо применить подход, предусматривающий капитализацию гудвилла с последующим расчетом его амортизации. Мы также считаем необходимым изменить раскрытие информации о расходах, отражаемых в активах и обязательствах по внутреннему гудвиллу, в соответствии с действующей методологией учета. Во-первых, идея подразумевает, что экономические и другие выгоды, деловой имидж (созданный персоналом), затраты, связанные с приобретением, расширением и улучшением деловых отношений, будут иметь долгосрочное влияние. Поэтому такие затраты нельзя списывать в состав текущих расходов.

Однако следует отметить, что стоимость гудвилла, произведенного внутри страны, трудно измерить с точки зрения затрат на его производство. Общая стоимость: Затраты на обучение и переподготовку кадров, исследование рынка и создание и развитие товарных знаков, торговых марок, в первую очередь дает ожидаемый эффект, но предприятие может не достичь ожидаемых результатов под влиянием инвестиций, поэтому прогнозируемая внутренняя стоимость произведенной деловой репутации оценивается. На такую оценку, вероятно, оказывает существенное влияние субъективный фактор.

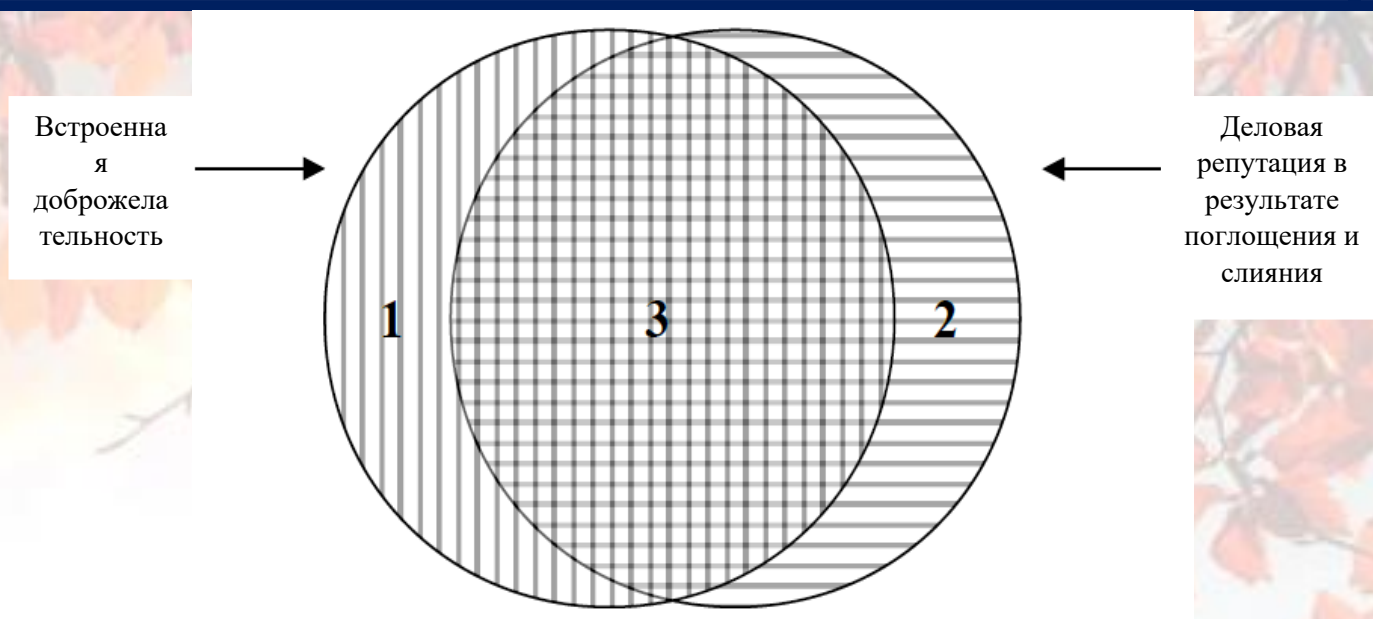


Схема 1. Отношение стоимости гудвилла отечественного производства к гудвиллу

Где 1 и 2 – части стоимости гудвилла, возникающие при оценке под влиянием субъективного фактора;

3 представляет собой долю стоимости гудвилла, которую можно определить, используя внутренний гудвилл и метод оценки приобретенного гудвилла.

Когда можно определить наличие внутренней деловой репутации и ее влияние на выручку, трудно или невозможно оценить затраты, связанные с ее созданием. Поэтому одним из способов решения проблемы раскрытия гудвилла отечественного производства в бухгалтерской отчетности является исправление и сбор информации о таких расходах в примечаниях к бухгалтерскому отчету, влияние которых следует оценивать с точки зрения его влияния на рентабельность предприятия.

Необходимо создать и разработать учетно-аналитическую модель для отражения информации об элементах деловой репутации как актива в бухгалтерском учете и финансовой отчетности. Особенно это касается деловой репутации, которая возникает при приобретении и слиянии предприятий и предоставляет пользователям полную информацию об устойчивости и перспективах индивидуальных и совместных предприятий. Теперь необходимо разработать требования по раскрытию эффекта гудвилла, созданного внутри компании, в комментариях к финансовой отчетности. Если бизнес объединяется, он должен быть зарегистрирован вместе с приобретенным гудвиллом.

Заключение. В результате изучения счета гудвилла, выявленного при слияниях и приобретениях предприятий, мы пришли к следующим выводам.

1. Общая деловая репутация, определяемая при слиянии и приобретении предприятий,

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICE CONFERENCE ON " INTERNATIONAL EXPERIENCE IN INCREASING THE EFFECTIVENESS OF DISTANCE EDUCATION: PROBLEMS AND SOLUTIONS" SPECIAL ISSUE., 27 th March., 2022., France .,
Joint Conference IJSSIR**

включает деловую репутацию отечественных производителей, деловую репутацию (гудвилл), возникающую в результате синергии и переоплат.

2. Концептуальные основы бухгалтерского учета не предусматривают раскрытия внутренне сформированного гудвилла, необходимо разработать универсальный подход к признанию и измерению части (совокупной) внутреннего гудвилла предприятий для учета и представления данных о гудвилле.

3. Поскольку деловая репутация (гудвилл) влияет на стоимость предприятий, в финансовой отчетности необходимо раскрывать информацию о деловой репутации отечественного производства. Мы считаем, что первым шагом в решении этого вопроса должно стать отражение такой информации в примечаниях к финансовой отчетности.

Список использованной литературы.

1. Duba V.M. Concept of goodwill and intellectual capital // accounting and audit. - 2010. - No. 3. - pp. 31-34
2. International Financial Reporting Standards. [www.ifrs.org/issued-standards/list_of-standards/](http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/) 2018.
3. НСБУ № 7 «Нематериальные активы». УзР. Зарегистрировано АБ 14 февраля 2009 г. № 1485-1.<http://lex.uz/nsbu>.
4. Городянского Л. Гудвилл и воспроизводимые интеллектуальные ресурсы // Бухгалтерский учет и аудит. - 2009. - №5. - с.42-49
5. Давлетов И.Р. Совершенствование учета и аудита интеллектуальной собственности в сельском хозяйстве. Написала диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук. автореф. -Т.: 2018.;
6. Пулатов М.Э. Совершенствование методологии учета и аудита интеллектуального капитала. Автореферат диссертации доктора экономических наук (DSc). -Т.: 2017.;
7. Ризаев Н.К. Методология организации учета и анализа интеллектуальной собственности, автореферат диссертации доктора экономических наук (DSc). -Т.: 2019.;
8. Ризаев Н.К. Роль интеллектуальной собственности в инновационном развитии Республики. Научный электронный журнал «Международные финансы и бухгалтерский учет». № 3 июня 2018 г.
9. Уразов К.Б. Концептуальные вопросы бухгалтерского учета в условиях экономической либерализации. Монография. -Т.: Фан, 2005. -236 с.;
10. Травин В.В. Особенности организации бухгалтерского учета внутреннего гудвилла как проявления социального капитала на микроэкономическом уровне // Вестник Житомирского государственного технологического университета. - 2010. - №2 (52). - с.192-199.
11. ВАФОХОЖАЕВА, Д., & БТ, К. (2021). РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. *DEVELOPMENT ISSUES OF INNOVATIVE ECONOMY IN THE AGRICULTURAL SECTOR*, 321.
12. Адхамов, С. И., Вафохўжаева, Д. М., & Нафасов, Ш. (2021). ТОВАР-МОДДИЙ ЗАХИРАЛАР ҲИСОБИНИ МОЛИЯВИЙ ҲИСОБОТНИНГ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРИГА УЙҒУНЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ. *DEVELOPMENT ISSUES OF INNOVATIVE ECONOMY IN THE AGRICULTURAL SECTOR*, 411.