Стоимость бизнеса

УДК 338.1 + 657.9

МЕТОДОЛОГИЯ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ О ВНУТРЕННЕ СОЗДАННОМ ГУДВИЛЛЕ (ОЦЕНКЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) КОМПАНИИ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Алексей Евгеньевич Иванов,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры
экономики, управления и инвестиций,
Южно-Уральский государственный университет,
Челябинск, Российская Федерация
ivanov.chel@list.ru

Предмет/тема. *В статье рассмотрена существующая методология раскрытия информации о величине внутренне созданного гудвила[1] в финансовой отчетности компаний и предложен авторский методологический подход к такому раскрытию.*

Цели/задачи. *Целью статьи является ознакомление широкого круга читателей с современной методологией раскрытия информации о величине внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности компаний, истории и предпосылках ее формирования, а также возможности ее совершенствования в рамках существующего нормативно-правового поля.*

Методология. *На основе анализа научной литературы рассмотрен генезис раскрытия информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности и выявлены предпосылки к формированию существующей методологии раскрытия информации о величине внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности.*

Результаты. *Изучены современные подходы к национальным стандартам по раскрытию информации о величине внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности в тридцати странах Европы, Азии, Северной и Южной Америк. Выявлено, что в настоящее время в ведущих мировых державах внутренне созданный гудвил в финансовой отчетности компаний не признается, следовательно, с большой вероятностью не признается и в других менее развитых государствах (их национальные бухгалтерские стандарты, как правило, написаны на основе МСФО, которые также запрещают признание внутренне созданного гудвила). Доказывается необходимость ознакомления широкого круга заинтересованных лиц с информацией о величине внутренне созданного гудвила, характеризующей способности компании*

[1] Автор разделяет точку зрения профессора Я.В. Соколова и его учеников относительно «обрусения» этого английского слова: «Многие наши авторы пишут гудвил через два «л», ибо в английском так и делают. И тут надо напомнить многим: гудвил – русское слово и ударение в нем сдвигается на последний слог... согласные в конце русских слов не удваиваются. Гудвил – это наш варваризм, слово, проникшее из английского в наш язык и ставшее чисто русским». Поэтому в статье будет использоваться именно такое написание. Кроме того, официально переведенный на русский язык Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса», введенный в действие на территории Российской Федерации приказом Минфина России от 25.11.2011 № 160н, оперирует термином «гудвил» с одной «л».

Прим. ред. Правильно: гудвилл. См.: Русский орфографический словарь РАН / под ред. В.В. Лопатина, О.Е. Ивановой. 4-е изд., испр. и доп. М., 2012.

реализовывать синергетические эффекты, имманентно присущие любой компании как открытой системе, независимо от фазы ее функционирования. Предложен авторский методологический подход к раскрытию информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности, основанный на рассмотрении внутренне созданного гудвила как условного актива, сведения о характере и расчетном значении которого компания обязана раскрывать в пояснениях к финансовой отчетности, если поступление экономических выгод является вероятным.

Выводы/значимость. *Полученные результаты могут быть полезными специалистам, интересующимся вопросами учета гудвила, а авторский методологический подход к раскрытию информации о внутренне созданном гудвиле целесообразно использовать при составлении финансовой отчетности как по международным, так и по национальным стандартам.*

Ключевые слова: *гудвил, деловая репутация, внутренне созданный гудвил, синергетический эффект, синергия, финансовая отчетность, бухгалтерский учет*

Введение

Современные стандарты финансовой отчетности рассматривают гудвил как превышение стоимости компании при покупке над справедливой стоимостью ее чистых активов [1, 7, 9]. Однако подобная переплата зачастую возникает из-за более эффективного функционирования компании, чем других компаний, имеющих схожую стоимость чистых активов и ведущих деятельность на том же рынке. В таких случаях компания до момента покупки обладает так называемым внутренне созданным гудвилом, позволяющим ей получать прибыли, которые выше среднеотраслевых. Большинство современных ученых скептически относятся к возможности отражения внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности. Как пример можно привести работы М. Блума (M. Bloom) и К. Гарсии (C. Garcia) [12, 15]. Действующими международными и национальными стандартами финансовой отчетности также отвергается возможность раскрытия информации о величине внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности компании до момента осуществления интеграционной сделки. При этом, на взгляд автора, они содержат инструментарий, позволяющий осуществлять подобные раскрытия. В связи с этим прослеживается необходимость совершенствования существующей методологии раскрытия информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности.

Генезис раскрытия информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности

Одной из первых работ, выделивших проблему отражения в учете внутренне созданного гудвила, стала книга ассоциированного профессора Калифорнийского университета Г.Р. Хэтфилда (H.R. Hatfield) «Современный бухгалтерский учет: принципы и некоторые проблемы» (Modern accounting, its principles and some of its problems), изданная в 1909 г. в Нью-Йорке. Хэтфилд определил гудвил как «… типичную форму нематериальных активов, представляющую собой стоимость деловых связей, оценку вероятности того, что нынешние клиенты будут продолжать покупать (у компании – прим. авт.), несмотря на соблазны со стороны конкурирующих торговцев» [16]. Этот ученый указал на невозможность объективной оценки гудвила компанией, создавшей его: «Природа человека неизлечимо оптимистична, особенно когда дело доходит до оценки собственного имущества. Складной нож мальчишки… в обычных случаях немного лучше, чем аналогичное имущество, принадлежащее кому-либо еще. То же самое явление возникает в оценке своих бизнес-активов, где естественный инстинкт переоценить свою собственность дополняется тем, что такая переоценка может быть способом достижения чего-либо еще в коммерческой сделке» [16]. Г.Р. Хэтфилд настаивал на том, что из-за неопределенности природы и сложности объективной оценки гудвил не должен отражаться в финансовой отчетности, за исключением ситуаций, когда он был приобретен вместе с компанией. Фактически он разделил гудвил на приобретенный и внутренне созданный [5].

Выдающийся британский исследователь гудвила начала XX в. П.Д. Лик (P.D. Leake) в своей книге «Коммерческий гудвил: история, оценка и отражение на счетах бухгалтерского учета» (Commercial goodwill: its history, value and treatment in accounts), изданной в 1921 г. в Лондоне, сформулировал следующее определение: «Коммерческий гудвил может включать в себя любое или все из перечисленных свойств: деловые связи, ассоциированные с именами, лицами и местами ведения бизнеса; торговые марки, патенты и образцы; авторское право, и право на осуществление монополии. Возмещаемая стоимость гудвила базируется на ожидании того, что владелец любого из этих прав будет зарабатывать в будущем прибыль, увеличение стоимости или дру-

гое преимущество сверх нормального вознаграждения на вложения капитала и человеческих усилий, которые необходимо осуществлять в любом начинании. Гудвил, как обычно предполагается, обладает текущей возмещаемой стоимостью, и эта стоимость часто бывает очень большой» [17]. П.Д. Лик, как и Г.Р. Хэтфилд, разделил внутренне созданный и приобретенный гудвилы. Он особо отмечал, что в финансовой отчетности должен признаваться только приобретенный гудвил, представляющий собой лишь малую часть гудвила вообще [5].

Еще один известный британский бухгалтер – Ф.У. Пиксли (F.W. Pixley) в изданном в 1922 г. труде «Бухгалтерский словарь» (The Accountant's Dictionary)[2] начал статью, описывающую гудвил и его отражение в бухгалтерском учете, с критики существующих определений гудвила: «Термин «гудвил» постоянно используется в коммерческой практике, но его смысл неясен, а его природа часто понимается неправильно. Еще никогда не давалось удовлетворительное определение гудвила». Сам Пиксли определял гудвил как «…приведенную стоимость будущих сверхприбылей» (что на самом деле не несло в себе какой-то принципиальной новизны). Он полагал, что любая успешная компания обладает гудвилом, но видимым и подлежащим оценке этот гудвил становится лишь в момент продажи компании. Эта сумма (приобретенный гудвил), по Пиксли, является сравнительно небольшой частью всего гудвила [5].

Несмотря на то, что большинство ученых в начале XX в. считало неприемлемым отражение в финансовой отчетности внутренне созданного гудвила, в США признание внутренне созданного гудвила в балансе компаний было обычной практикой. При этом не существовало общепринятых правил оценки такого актива, что зачастую приводило к манипулированию величиной гудвила для получения нужной собственникам или менеджменту компании стоимости активов. В книге У.Р. Бассета (W.R. Basset) «Бухгалтерский учет как помощник в получении прибыли от ведения бизнеса» (Accounting as an Aid to Business Profit»), изданной в 1918 г., приводится следующий пример: «Буквально на днях огромная корпорация добавила 2 млн долларов в свою отчетность под видом гудвила, и большинство консервативных банкиров и инвесторов согласились, что новый актив полностью стоит этой суммы» [11]. Немудрено, что начавшаяся в 1929 г. Великая депрессия выявила отсутствие связи между балансовой стоимостью активов и рыночной стоимостью американских компаний. В 1936 г. С. Фабрикант (S. Fabricant) исследовал финансовую отчетность 208 крупнейших корпораций, акции которых котировались на Нью-Йорской фондовой бирже за период с 1925 по 1934 гг. и обнаружил, что только у 60 из этих корпораций нематериальные активы в балансах оценены более чем в 1 долл. [14]. Г.Дж. Эйвери (H.G. Avery), опубликовавший в 1942 г. результаты исследования динамики стоимости нематериальных активов в балансах американских компаний за одиннадцатилетний период (1929–1939 гг.), выявил, что 99 крупнейших промышленных концернов США списали за это время со своих балансов нематериальных активов примерно на 786 млн долл. – огромную сумму для того времени [10].

Естественно, что уроки Великой депрессии не могли ни сказаться на взглядах ученых на учет внутренне созданного гудвила. В 1938 г. Дж.Т. Уокер (G.T. Walker) в статье «Неприобретенный гудвил» (Nonpurchased Goodwill) сформулировал новую доктрину раскрытия информации о внутренне созданном гудвиле в бухгалтерском учете: «Бухгалтеры почти без исключения согласны с тем, что гудвил не должен признаваться на счетах до тех пор, пока поглощение фактически не будет совершено. Они также полностью осознают, что гудвил, созданный предприятием, столь же ценен, а во многих случаях более ценен для него, чем для фирмы, собирающейся приобрести этот гудвил» [20]. Уокер указал на ряд причин, препятствующих признанию внутренне созданного гудвила в бухгалтерском учете и финансовой отчетности:

– неопределенность природы внутренне созданного гудвила и сложность проверки правильности его оценки;

– разводнение капитала, осуществлявшееся перед Великой депрессией, приведшее к весьма вольной оценке гудвила в балансах многих предприятий;

– невозможность отражения в учете актива, стоимость которого проистекает из специфических качеств владельца или менеджеров бизнеса, так как это приводит к конфликту интересов собственника как владельца бизнеса и собственника как покупателя собственных же качеств;

– игнорирование оценки внутренне созданного гудвила покупателями бизнеса, планирующими привнести в него свой гудвил;

[2] *Pixley F.W.* The Accountant's Dictionary. In two volumes. Vol. 2. London. Sir Isaac Pitman & Sons. Ltd. 1922. 989 p.

– более логичное отражение внутренне созданного гудвила, выражающегося в сверхприбылях компании, в качестве дохода в отчете о прибылях и убытках, нежели чем в качестве актива в балансе [20].

В 1938 г. вышел в свет фундаментальный труд «Принципы бухгалтерского учета» (A Statement of Accounting Principles), авторство которого принадлежит трем «титанам» американского бухгалтерского учета первой половины XX в.: профессору Гарвардского университета Т.Г. Сандерсу (T.H. Sanders), профессору Калифорнийского университета Г.Р. Хэтфилду и профессору Йельского университета А. Муру (U. Moore). Эта работа была написана по заказу аудиторской фирмы Haskins and Sells для «…формулирования кодекса принципов бухгалтерского учета, который будет полезен для пояснения и совершенствования корпоративного бухгалтерского учета и финансовой отчетности, предоставляемой пользователям» [13]. По вопросу отражения в учете внутренне созданного гудвила в ней заявлялось следующее: «Общепринято, что стоимость гудвила отражается в бухгалтерском учете только тогда, когда этот гудвил был приобретен. Следовательно, гудвил не должен отражаться в бухгалтерском учете компании, создающей его» [19]. Указанная позиция позже была закреплена в большинстве бухгалтерских стандартов, регламентирующих отражение гудвила в бухгалтерском учете и раскрытие информации о нем в финансовой отчетности компаний. По сей день она остается неизменной.

Современные подходы национальных стандартов финансовой отчетности к признанию внутренне созданного гудвила

Автором были изучены подходы национальных стандартов тридцати стран Европы, Азии, Северной и Южной Америк к отражению внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности (см. таблицу).

Анализ приведенных в таблице данных позволяет сделать вывод о принципиально одинаковом подходе к отражению внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности: гудвил в финансовой отчетности не признается ни в одной из исследованных стран. Причины этого либо не раскрываются, либо указываются одни и те же (они же установлены в п. 49–50 МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы»). Рассмотрим их.

Нормативное регулирование отражения внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности в соответствии с национальными стандартами финансовой отчетности

Страна	Нормативно-правовой акт	Порядок признания внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности
Австралия	Компилированный стандарт бухгалтерского учета AASB 138 «Нематериальные активы» (Compiled AASB Standard 138 Intangible Assets), п. 48–50	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива, поскольку не является идентифицируемым ресурсом, контролируемым компанией (так как неотделим от компании и не возникает из договорных или других юридических прав), который может быть надежно оценен по себестоимости. Разница между справедливой стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов на отчетную дату может сложиться под влиянием ряда факторов, однако эта разница не представляет собой стоимости нематериальных активов, контролируемых компанией
Беларусь	Стандарт бухгалтерской отчетности «Объединение организаций»	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» отсутствует, подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании. Понятия «гудвил» или «деловая репутация» не вводятся, однако устанавливается порядок учета разницы между стоимостью приобретения и долей приобретателя в справедливой стоимости приобретенных идентифицируемых активов и обязательств на дату приобретения
Бельгия	Мнение комиссии по стандартам учета CBN 2012/13 «Учет нематериальных активов» (Commissie voor boekhoudkundige normen CBN-advies 2012/13 – De boekhoudkundige verwerking van immateriële vaste activa)	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» отсутствует, подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании

Продолжение таблицы

Страна	Нормативно-правовой акт	Порядок признания внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности
Бразилия	Техническое провозглашение 04 «Нематериальные активы» (Pronunciamento Técnico CPC 04 Ativo Intangível), п. 47–49	Внутренне созданный гудвил, возникающий из-за ожидаемой прибыльности, не должен признаваться в качестве актива. Разница между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее чистых активов может существовать в любое время, включать в себя ряд факторов, влияющих на стоимость компании, и формироваться за счет определенных расходов. Однако эти расходы не представляют собой расходов на создание нематериальных активов компании, поскольку не выполняются критерии признания актива: его идентифицируемость и контроль за ним
Великобритания	Стандарт финансовой отчетности FRS 10 «Гудвил и нематериальные активы» (Financial Reporting Standard FRS 10 Goodwill and Intangible Assets), п. 4, 8, 41	Внутренне созданный гудвил не капитализируется. Капитализация любых нематериальных активов, созданных компанией, разрешается только в случаях, когда эти активы имеют легко определяемую рыночную стоимость. Переоценка приобретенного гудвила приравнивается к отражению внутренне созданного, поэтому также запрещена. При этом приобретенный гудвил, по которому был признан убыток от его обесценения (с соответствующим уменьшением его балансовой оценки), может быть дооценен до своей первоначальной стоимости. Такое увеличение, как правило, связано с возникновением внутренне созданного гудвила, и не рассматривается как восстановление убытка от обесценения
Вьетнам	Стандарт бухгалтерского учета Вьетнама 04 «Нематериальные активы» (Chuẩn mực số 04: Tài sản cố định vô hình), п. 33–35, п. 47	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива. Расходы, понесенные для получения экономических выгод в будущем и создающие внутренне созданный гудвил в настоящее время, не отвечают критериям признания нематериального актива, так как отсутствуют возможность идентифицировать контролируемый ресурс и надежный способ его оценки. Такие расходы признаются в составе себестоимости в том периоде, когда они фактически были осуществлены. Разница между рыночной стоимостью компании и стоимостью ее чистых активов отражается в финансовой отчетности того периода, когда появится возможность признать конкретные идентифицируемые нематериальные активы, приведшие к образованию этой разницы
Германия	Торговый кодекс Германии (Handelsgesetzbuch), п. 248 (2)	Внутренне созданный нематериальный актив (в том числе гудвил) может быть признан, только если он может быть реализован отдельно от компании третьей стороне. Если же это невозможно, такие активы представляют собой внутренне созданный гудвил и не признаются в финансовой отчетности
Индия	Индийский стандарт бухгалтерской отчетности Ind AS 38 «Нематериальные активы» (Indian Accounting Standard Ind AS 38 Intangible Assets), п. 48–50	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива. В некоторых случаях затраты осуществляются для получения будущих экономических выгод, но это не приводит к созданию нематериального актива, который отвечает критериям его признания. Такие расходы часто рассматриваются в качестве вклада в гудвил. Внутренне созданный гудвил не признается активом, поскольку он не является идентифицируемым ресурсом (т.е. неотделим от компании и не возникает из договорных или других юридических прав), контролируемым компанией, в отношении которого может быть надежно оценена его себестоимость. Различия между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов в любое время могут существовать под влиянием ряда факторов. Тем не менее такие различия не представляют собой стоимости нематериальных активов, контролируемых организацией

Продолжение таблицы

Страна	Нормативно-правовой акт	Порядок признания внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности
Ирландия	Аналогично Великобритании	Аналогично Великобритании
Испания	Общий план бухгалтерского дела Испании (El Plan General de Contabilidad Español)	Гудвил может быть признан в качестве актива только тогда, когда он возникает в результате объединения бизнеса
Италия	Национальный принцип бухгалтерского учета 24 «Нематериальные активы» (Principi Contabili Nazionali 24 Immobilizzazioni immateriali), п. A.I.	Внутренне созданный гудвил – это результат эффективного управления бизнесом, существенная часть сложной организации материальных и нематериальных корпоративных активов, например таких как человеческие ресурсы. Внутренне созданный гудвил не капитализируется и не отражается в финансовой отчетности
Канада	Канадские общепринятые правила бухгалтерского учета: Справочник Канадского института дипломированных бухгалтеров, раздел 3064 «Гудвил и нематериальные активы» (Canadian Generally Accepted Accounting Principles: Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) Handbook, Section 3064 Goodwill and Intangible Assets)	Гудвил признается в финансовой отчетности, только если он возник в результате приобретения бизнеса. Внутренне созданный гудвил по выбору собственников либо учитывается в качестве расходов, либо используется в дальнейшем для получения экономической выгоды
Китай	Стандарт бухгалтерского учета для бизнеса 6 «Нематериальные активы» (企业会计准则第6号——无形资产), п. 11	Самостоятельно созданная деловая репутация предприятия (гудвил) или его внутренне созданный бренд не может быть признан в качестве нематериального актива
Корея	Заявление о стандартах бухгалтерского учета Кореи 03 «Нематериальные активы» (제 03 호 무형자산), п. 34–35	Большинство расходов, понесенных для получения будущих выгод, но не соответствующих критериям признания актива, приводят к формированию внутренне созданного гудвила. Внутренне созданный гудвил не должен признаваться в качестве актива, поскольку не является идентифицируемым ресурсом, контролируемым организацией, и не может быть надежно оценен по себестоимости. Различия между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов в любое время может существовать под влиянием целого ряда факторов. При этом общая сумма такой разницы не представляет собой стоимости нематериальных активов, контролируемых организацией
Мексика	Стандарт финансовой отчетности С-8 «Нематериальные активы» (Norma de Información Financiera C-8 Activos Intangibles), п. 46–48	Внутренне созданный гудвил не признается активом, поскольку компания не контролирует потока будущих экономических выгод от его использования, а расходы на его создание не могут быть надежно оценены. В некоторых случаях затраты осуществляются для получения будущих экономических выгод, но это не приводит к созданию нематериального актива, который отвечает критериям его признания. Такие расходы часто рассматриваются в качестве вклада в гудвил. Различия между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов в любое время могут существовать под влиянием ряда факторов. Тем не менее такие различия не представляют собой стоимости нематериальных активов, контролируемых организацией
Молдова	Национальный стандарт бухгалтерского учета 13 «Нематериальные активы» (Standardul național de contabilitate 13 Contabilitatea activelor nemateriale); Национальный стандарт бухгалтерского учета 22 «Объединение предприятий» (Standardul național de contabilitate 22 Combinări de întreprinderi)	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» отсутствует, подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании

Продолжение таблицы

Страна	Нормативно-правовой акт	Порядок признания внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности
Непал	Стандарт бухгалтерской отчетности Непала № 27 «Нематериальные активы» (Nepal accounting standard 27 Intangible Assets), п. 49–51	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива. В некоторых случаях затраты осуществляются для получения будущих экономических выгод, но это не приводит к созданию нематериального актива, который отвечает критериям его признания. Такие расходы часто рассматриваются в качестве вклада в гудвил. Внутренне созданный гудвил не признается активом, поскольку он не является идентифицируемым ресурсом (т.е. неотделим от компании и не возникает из договорных или других юридических прав), контролируемым компанией, в отношении которого может быть надежно оценена его себестоимость. Различия между рыночной стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов в любое время могут существовать под влиянием ряда факторов. Тем не менее такие различия не представляют собой стоимости нематериальных активов, контролируемых организацией
Норвегия	Норвежский стандарт финансовой отчетности NRS 19 «Нематериальные активы» (Norsk RegnskapsStandard NRS 19 Immaterielle eiendeler), п. 2.2.3	Во многих случаях расходы, связанные с деятельностью, которая способствует повышению капитализации компании, не приводят к признанию идентифицируемых нематериальных активов. Подобное увеличение капитализации часто упоминается как возникновение внутренне созданного гудвила. При этом он не признается в финансовой отчетности, а расходы списываются по мере их возникновения
Россия	Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов»	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» («внутренне созданная деловая репутация») отсутствует. Подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании
Сингапур	Стандарт финансовой отчетности Сингапура SFRS 38 «Нематериальные активы» (Singapore Financial Reporting Standard SFRS 38 Intangible Assets), п. 18	Внутренне созданные бренды и гудвил не признаются в качестве активов. Расходы по формированию внутренне созданного гудвила отражаются по мере их возникновения
США	Заявление о стандартах финансового учета США FAS № 142 «Деловая репутация и прочие нематериальные активы» (Statement of Financial Accounting Standards FAS № 142 Goodwill and Other Intangible Assets), п. B84–B85	Денежные потоки, связанные с приобретенным гудвилом, часто смешиваются с денежными потоками, связанными с внутренне созданным гудвилом. Приобретенный гудвил со временем замещается внутренне созданным при условии, что компания может поддерживать общую стоимость гудвила (например, расходуя ресурсы на рекламу и обслуживание клиентов). При этом существующая модель учета не позволяет признания внутренне созданного гудвила
Таиланд	Стандарт бухгалтерского учета Таиланда № 38 «Нематериальные активы» (มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 38 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน), п. 48–50	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива, поскольку не является идентифицируемым ресурсом, контролируемым компанией (так как неотделим от компании и не возникает из договорных или других юридических прав), который может быть надежно оценен по себестоимости. Разница между справедливой стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов на отчетную дату может сложиться под влиянием ряда факторов. Однако эта разница не представляет собой стоимости нематериальных активов, контролируемых компанией
Украина	Положение (стандарт) бухгалтерского учета 8 «Нематериальные активы» (Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»), п. 9	Не признаются нематериальным активом, а подлежат отражению в составе расходов того отчетного периода, в котором они были осуществлены: «…затраты на повышение деловой репутации предприятия…»

Окончание таблицы

Страна	Нормативно-правовой акт	Порядок признания внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности
Франция	Правило Комитета по правилам бухгалтерского учета № 99-02 «О консолидированной финансовой отчетности коммерческих компаний и государственных предприятий» (Comite de la reglementation comptable Reglement № 99-02 Relatif aux comptes consolides des societes commerciales Et entreprises publiques)	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» отсутствует, подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании
Хорватия	Стандарт финансовой отчетности Хорватии № 5 «Нематериальные активы» (Hrvatski standard financijskog izvještavanja 5 Dugotrajna nematerijalna imovina), п. 5.11–5.12	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива, так как не является идентифицируемым активом (неотделим от предприятия и не возникает из договорных или иных прав), контролируемым предприятием, стоимость которого может быть надежно измерена
Чили	Стандарт бухгалтерской отчетности Чили № 38 «Нематериальные активы» (Norma de informacion financiera – Chile 3 «Activos intangibles»), п. 48–50	Внутренне созданный гудвил не признается в качестве актива, поскольку не является идентифицируемым ресурсом, контролируемым компанией (так как неотделим от компании и не возникает из договорных или других юридических прав), который может быть надежно оценен по себестоимости. Разница между справедливой стоимостью компании и балансовой стоимостью ее идентифицируемых чистых активов на отчетную дату может сложиться под влиянием ряда факторов, однако эта разница не представляет собой стоимости нематериальных активов, контролируемых компанией
Швейцария	Швейцарский общепринятый принцип бухгалтерского учета FER 10 «Нематериальные активы» (Schweizer Rechnung slegungsgrundsätzen FER 10 Immaterielle Werte), п. 10.19	Внутренне созданный гудвил не может быть капитализирован
Швеция	Совет по отчетности 15 «Нематериальные активы» (Redovisningsrådet 15 Immateriella tillgångar), п. 36–38	Внутренне созданная стоимость гудвила, бренда и других подобных активов не признается в бухгалтерском балансе, так как она не является идентифицируемым ресурсом, контролируемым компанией, и не может быть надежно оценена
Эстония	Руководство по финансовой отчетности RTJ 5 «Материальные и нематериальные активы» (Raamatupidamise Toimkonna juhendi RTJ 5 Materiaalne ja immateriaalne pxhivara), п. 42	Внутренне созданный гудвил (т.е. разница между стоимостью компании и стоимостью ее активов) не признается в качестве актива в бухгалтерском балансе
Япония	Стандарт финансовой отчетности № 21 для объединений бизнеса (企業会計基準第21号「企業結合に関する会計基準」)	В явном виде понятие «внутренне созданный гудвил» отсутствует, подразумевается, что гудвил возникает только при приобретении компании

1. В некоторых случаях затраты осуществляются в целях создания будущих экономических выгод, однако они не приводят к созданию нематериального актива, удовлетворяющего критериям признания, установленным настоящим стандартом. Такие затраты часто называются затратами, способствующими формированию внутреннего гудвила. Внутренне созданный гудвил не подлежит признанию в качестве актива, поскольку он неидентифицируемый ресурс (т.е. не является отделяемым и не возникает из договорных или иных юридических прав), который не контролируется предприятием и не может быть надежно оценен по себестоимости.
2. Различия между справедливой стоимостью предприятия и балансовой стоимостью его идентифицируемых чистых активов в любое время можно соотнести с рядом факторов, вли-

яющих на справедливую стоимость предприятия. Однако такие различия не представляют собой себестоимости нематериальных активов, контролируемых предприятием.

Таким образом, можно констатировать, что в настоящее время в ведущих мировых державах внутренне созданный гудвил в финансовой отчетности компаний не признается. С большой вероятностью не признается он и в других менее развитых государствах (их национальные бухгалтерские стандарты, как правило, написаны на основе МСФО).

Проблема нераскрытия информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности

Существует множество определений гудвила как данных отдельными учеными, так и представленных в бухгалтерских стандартах [2, 5, 6, 8]. Они различаются деталями, но схожи в главном утверждении: гудвил – это способность компании приносить сверхприбыли. Эти сверхприбыли генерируются за счет эффекта синергии (например, в стандарте US GAAP № 142 «Гудвил и прочие нематериальные активы» говорится о том, что гудвил – это синоним ожидаемых синергий). Синергетический эффект – это превышение результата деятельности объединенных в систему элементов над суммой результатов работы данных элементов, действующих разрозненно. Такая «сверхэффективность» появляется за счет достижения упорядоченности (уменьшения энтропии) системы.

С позиций системного подхода компания является открытой системой, имеющей цель существования, состоящей из некоторым образом связанных элементов, а также обменивающейся веществом и энергией с окружающей средой. Система (компания) состоит из элементов (бизнес-единиц или подразделений), которые связаны между собой отношениями собственности и управления. Такая система на входе потребляет ресурсы, а на выходе производит продукцию, выполняет работы или оказывает услуги. Таким образом, осуществляется обмен веществом и энергией с окружающей средой. Целью любой системы является развитие. Для компании это возможно только при постоянном притоке ресурсов, необходимых для роста. А этот приток начинается только тогда, когда компания обеспечивает более высокую (нежели сложившаяся в соответствующей отрасли) норму доходности.

Действительно, приобретая компанию дороже, чем стоят ее активы, покупатель переплачивает именно за эту предполагаемую «сверхэффективность». То есть денежным выражением потенциального синергетического эффекта является именно то самое превышение, или, говоря языком бухгалтерского учета, гудвил. С позиций смитовского «человека экономического», величина гудвила должна отражать наименьшую ожидаемую оценку синергетического эффекта, хотя в реальной жизни на принятие решения об интеграции (и о величине платы за приобретаемую компанию) оказывает влияние множество факторов иного рода: от личных мотивов менеджеров до банального желания увеличить компанию в размерах.

Синергетический (антисинергетический) эффект деятельности имманентно присущ любой компании как открытой системе, независимо от фазы ее функционирования. Следовательно, и гудвил (бэдвил) у компании присутствует не только в момент ее продажи, но и в ходе обычного ведения хозяйственной деятельности. Отсюда разделение гудвила на внутренне созданный и приобретенный видится автору несколько искусственным.

Как было доказано в работе [4], состояние, в котором находится компания, обладающая объективно существующим, но не видимым пользователем финансовой отчетности внутренне созданным гудвилом, удобно описывать с использованием терминологического аппарата квантовой теории. Согласно фундаментальному принципу квантовой механики – принципу суперпозиции, система может находиться не только в различных взаимоисключающих состояниях, но и в состояниях, которые получаются в результате одновременного «наложения» их друг на друга. При этом в явном, поддающемся измерению виде суперпозиция не существует. Одним из наиболее часто упоминаемых примеров суперпозиции состояний является парадокс «кошки Шредингера» (Schrqdingers Katze). В 1935 г. немецкий физик Э. Шредингер (E. Schrqdinger) опубликовал в журнале Naturwissenschaften («Естественные науки») статью «Текущая ситуация в квантовой механике» (Die gegenwdrtige situation in der quantenmechanik), в которой был описан мысленный эксперимент [19]. Суть его заключалась в следующем: в закрытый ящик помещается живая кошка, вместе с которой в ящик устанавливается механизм, содержащий радиоактивный атом и ампулу с ядом. При этом распад атома приводит в действие механизм, разбивающий ампулу и выпускающий ядовитый газ, что неминуемо приводит к смерти кошки. Время про-

ведения эксперимента примерно соответствует периоду полураспада атома. Таким образом, вероятность распада атома за время проведения эксперимента составляет 50%. Согласно квантовой механике, если за атомом не производится наблюдение (ящик закрыт), то его состояние описывается суперпозицией двух состояний: распавшегося атома и нераспавшегося атома. Значит, кошка, сидящая в ящике, и жива, и мертва одновременно. Проявится одно из потенциальных состояний системы в его локальном (привычном и измеряемом классическими средствами измерения) виде только тогда, когда произойдет декогеренция, в результате которой суперпозиция состояний нарушится. В эксперименте с кошкой Шредингера декогеренция произойдет, когда наблюдатель откроет ящик и увидит либо живую, либо мертвую кошку. Говоря языком квантовой теории, до момента продажи компании гудвил находится в суперпозиции состояний, декогеренция которой может привести к появлению на балансе гудвила с любым возможным значением. При разрушении суперпозиции состояний происходят декогеренция и проявление одного из потенциальных состояний системы в его локальном виде. Это характерно для момента продажи компании, когда гудвил переходит в «проявленное» состояние, т.е. появляется возможность признать его в финансовой отчетности покупателя в качестве нематериального актива.

Таким образом, существует проблема ознакомления широкого круга заинтересованных лиц с информацией о величине внутренне созданного гудвила, характеризующей способности компании реализовывать синергетические эффекты. Наиболее публичной информацией о компании традиционно является ее финансовая отчетность, однако до момента купли-продажи компании гудвил не видим ее пользователям. Такая информация была бы полезной как внешним (например, потенциальным инвесторам при принятии решения о приобретении компании), так и внутренним (например, собственникам компании при принятии решения о ее продаже) пользователям финансовой отчетности.

Авторский методологический подход к раскрытию информации о внутренне созданном гудвиле в финансовой отчетности

Несмотря на кажущуюся невозможность отражения внутренне созданного гудвила в финансовой отчетности, действующие стандарты, на взгляд автора, содержат инструментарий для раскрытия информации о нем. Как было показано автором в работе [3], внутренне созданный гудвил как по своей экономической сущности, так и по формальным признакам является условным активом.

Следует подчеркнуть, что МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» определяет условный актив как возможный актив, который возникает в результате прошлых событий и существование которого будет подтверждено только наступлением или ненаступлением одного или более неопределенных будущих событий, которые не находятся под полным контролем компании.

Появление у организации нематериального актива (гудвила в понимании бухгалтерских стандартов) происходит в результате прошлых событий (деятельности компании за прошедшие отчетные периоды) и зависит от наступления или ненаступления события продажи компании, которое полностью компанией не контролируется (компания, например, может стать объектом недружественного поглощения, на которое сама повлиять не в силах). Согласно п. 32 МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» условные активы как раз обычно и возникают из внеплановых и других неожиданных событий, которые создают возможность притока экономических выгод в компанию.

Согласно п. 34 МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» информация об условном активе должна раскрываться, когда вероятным является поступление экономических выгод. Оценка вероятности поступления экономических выгод, т.е. формирование гипотезы развития неопределенности, согласно п. 38 МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» является предметом профессионального суждения руководства компании, дополненного практикой аналогичных операций, а в некоторых случаях – заключениями независимых экспертов. То же самое относится и к расчетной оценке условного актива.

Согласно п. 35 МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» оценка условных активов должна постоянно пересматриваться, для того чтобы обеспечить надлежащее отражение произошедших изменений в финансовой отчетности. Если приток экономических выгод становится практически бесспорным, данный актив и соответствующий доход признаются в финансовой отчетности за тот период, в котором произошло дан-

ное изменение. Если приток экономических выгод стал вероятным, компания раскрывает в финансовой отчетности условный актив. При этом приводится краткое описание характера условных активов на конец отчетного периода и (если это практически осуществимо) расчетная оценка их влияния на финансовые показатели. Например, такую расчетную оценку можно осуществлять с применением методики, предложенной в работе [3].

Большинство национальных стандартов (например, ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы») содержит схожие с МСФО подходы к раскрытию информации об условных активах в финансовой отчетности компаний, поэтому разработанный автором методологический подход применим и при ведении учета по национальным стандартам.

Список литературы

1. *Генералова Н.В., Попова Е.Ю.* Анализ научных публикаций по учету гудвила в российской и международной периодике за 1990–2014 гг. // Аудиторские ведомости. 2015. № 2. С. 63–72.

2. *Ершова Е.А.* Гудвилл бизнеса. М.: Статут, 2013. 223 с.

3. *Иванов А.Е.* Внутренне созданная деловая репутация компании как условный актив // Международный бухгалтерский учет. 2012. № 26. С. 28–33.

4. *Иванов А.Е.* Деловая репутация компании (гудвил) как проекция синергетического эффекта ее деятельности на финансовую отчетность // Международный бухгалтерский учет. 2013. № 34. С. 18–26.

5. *Иванов А.Е.* Эволюция подходов к пониманию экономической сущности, оценке и признанию гудвилла в финансовой отчетности: преднормативный этап (1571–1929 гг.) // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 48. С. 44–57.

6. *Иванов А.Е., Саломатина Е.Ю.* Гудвил в финансовой отчетности: сравнительный анализ национальных норм // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 12. С. 16–25.

7. *Соколов Я.В.* Гудвил – большая новость. URL: http://buh.ru/articles/documents/13759/.

8. *Соколов Я.В., Пятов М.Л.* Гудвил: «новая» категория бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. 1997. № 2. С. 46–50.

9. *Соколова Н.А.* Загадки гудвила // Финансы и бизнес. 2005. № 1. С. 68–78.

10. *Avery H.G.* Accounting for intangible assets // The Accounting Review. 1942. Vol. 17. № 4. P. 354–363.

11. *Basset W.R.* Accounting as an aid to business profits. 1918. Reprint. London. Forgotten Books. 2013. 316 p.

12. *Bloom M.* Double accounting for goodwill: a problem redefined. London. Routledge. 2008. 231 p.

13. *Chatfield M., Vangermeersch R.* History of Accounting: an International Encyclopedia. London. Routledge. 2014. 649 p.

14. *Fabricant S.* Revaluations of fixed assets, 1925–1934 // Bulletin of the National Bureau of Economic Research. 1936. № 62. P. 1–11.

15. *Garcia C.* How Accounting for goodwill relies on underlying assumptions: a historical approach. Open Access publications from Universite Paris-Dauphine. Universite Paris-Dauphine. 30th EAA annual congress. 2006. 32 p.

16. *Hatfield H.R.* Modern Accounting, Its Principles and Some of Its Problems. New York. NY, D. Appleton and Co. 1909. Reprinted by Scholars Book Co. Lawrence. KS. 1971.

17. *Leake P.D.* Commercial goodwill: its history, value and treatment in accounts. London. Sir Isaac Pitman & Sons Ltd. 1921. 260 p.

18. *Sanders T.H., Hatfield H.R., Moore U.* A statement of accounting principles. New York. American Institute of Accountants. 1938. 138 p.

19. *Schrödinger E.* Die gegenwärtige situation in der quantenmechanik // Naturwissenschaften. 1935. № 48. P. 807–812; № 49. P. 823–828; № 50. P. 844–849.

20. *Walker G.T.* Nonpurchased goodwill // The Accounting Review. 1938. Vol. 13. № 3. P. 253–259.

Finance and Credit
ISSN 2311-8709 (Online)
ISSN 2071-4688 (Print)

Business Value

THE METHODOLOGY OF INFORMATION DISCLOSURE ON INTERNALLY GENERATED GOODWILL OF A COMPANY (ASSESSING THE SYNERGETIC EFFECT OF BUSINESS) IN FINANCIAL STATEMENTS

Aleksei E. IVANOV

Abstract

Subject The article considers the existing methodology of information disclosure on the value of internally generated goodwill in financial statements of companies, and offers a unique methodological approach to such a disclosure.

Objectives The purpose of the article is to describe the modern methodology of information disclosure on the value of internally generated goodwill in financial statements of companies, the history and background of the methodology formation, and the possibilities of its improvement within the existing legal framework.

Methods Based on the academic literature, I considered the genesis of information disclosure on the internally generated goodwill in financial statements and revealed the basis for the existing methodology on the subject.

Results I studied modern approaches of thirty countries of Europe, Asia, Northern and Southern America to national standards on information disclosure on the value of internally generated goodwill in financial statements. I have found out that today the leading world powers do not recognize it in financial statements of companies, hence, other less developed countries do not recognize it either, as their national accounting standards are, as a rule, written on the basis of IFRS, where such recognition is forbidden. I emphasize that the information is important, as it characterizes the abilities of companies to realize the synergetic effects that are inherent in any company, irrespective of the stage of its functioning. I offer a unique methodological approach based on the consideration of internally generated goodwill as a contingent asset. The company should disclose the nature and estimated value of the asset in the notes to financial statements, if there is a probability to receive economic benefits from the asset.

Conclusions and Relevance The offered unique methodological approach may be useful for preparing financial statements, both under international and national standards.

Keywords: goodwill, internally generated goodwill, synergetic effect, synergy, financial statements, accounting

References

1. Generalova N.V., Popova E.Yu. Analiz nauchnykh publikatsii po uchetu gudvila v rossiiskoi i mezhdunarodnoi periodike za 1990–2014 gg [Analysis of scientific publications on goodwill accounting in Russian and international periodicals for 1990–2014]. *Auditorskie vedomosti = Audit Bulletin*, 2015, no. 2, pp. 63–72.

2. Ershova E.A. *Gudvill biznesa* [Goodwill of a business]. Moscow, Statut Publ., 2013, 223 p.

3. Ivanov A.E. Vnutrenne sozdannaya delovaya reputatsiya kompanii kak uslovnyi aktiv [Internally generated goodwill of a company as a contingent asset]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2012, no. 26, pp. 28–33.

4. Ivanov A.E. Delovaya reputatsiya kompanii (gudvil) kak proektsiya sinergeticheskogo effekta ee deyatel'nosti na finansovuyu otchetnost' [Business reputation of a company (goodwill) as a picture of the synergetic effect of its activity in financial statements]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2013, no. 34, pp. 18–26.

5. Ivanov A.E. Evolyutsiya podkhodov k ponimaniyu ekonomicheskoi sushchnosti, otsenke i priznaniyu gudvilla v finansovoi otchetnosti: prednormativnyi etap (1571–1929 gg.) [Evolution of approaches to understanding of economic substance, assessment and recognition of goodwill in financial statements: a pre-regulatory stage (1571–1929)]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2014, no. 48, pp. 44–57.

6. Ivanov A.E., Salomatina E.Yu. Gudvil v finansovoi otchetnosti: sravnitel'nyi analiz natsional'nykh norm [Goodwill in financial statements: a comparative analysis of national regulations]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2014, no. 12, pp. 16–25.

7. Sokolov Ya.V. *Gudvil – bol'shaya novost'* [Goodwill as big news]. Available at: http://buh.ru/articles/documents/13759/. (In Russ.)

8. Sokolov Ya.V., Pyatov M.L. Gudvil: "novaya" kategoriya bukhgalterskogo ucheta [Goodwill: a new accounting category]. *Bukhgalterskii uchet = Accounting*, 1997, no. 2, pp. 46–50.

9. Sokolova N.A. Zagadki gudvila [Puzzles of goodwill]. *Finansy i biznes = Finance and Business*, 2005, no. 1, pp. 68–78.

10. Avery H.G. Accounting for intangible assets. *The Accounting Review*, 1942, vol. 17, no. 4, pp. 354–363.

11. Basset W.R. Accounting as an Aid to Business Profits. 1918. Reprint. London, Forgotten Books, 2013, 316 p.

12. Bloom M. Double Accounting for Goodwill: A Problem Redefined. London, Routledge, 2008, 231 p.

13. Chatfield M., Vangermeersch R. The History of Accounting: An International Encyclopedia. London, Routledge, 2014, 649 p.

14. Fabricant S. Revaluations of Fixed Assets, 1925–1934. *National Bureau of Economic Research Bulletin*, 1936, no. 62, pp. 1–11.

15. Garcia C. How Accounting for Goodwill Relies on Underlying Assumptions: A Historical Approach. Open Access publications from Universite Paris-Dauphine, Universite Paris-Dauphine, 30th EAA annual congress, 2006, 32 p.

16. Hatfield H.R. Modern Accounting, Its Principles and Some of Its Problems. New York, NY, D. Appleton and Co., 1909, Reprinted by Scholars Book Co., Lawrence, KS, 1971.

17. Leake P.D. Commercial Goodwill: Its History, Value and Treatment in Accounts. London, Sir Isaac Pitman & Sons Ltd., 1921, 260 p.

18. Sanders T.H., Hatfield H.R., Moore U. A Statement of Accounting Principles. New York, American Institute of Accountants, 1938, 138 p.

19. Schrödinger E. Die gegenwärtige Situation in der Quantenmechanik. *Naturwissenschaften*, 1935, no. 48, pp. 807–812, no. 49, pp. 823–828, no. 50, pp. 844–849.

20. Walker G.T. Nonpurchased Goodwill. *The Accounting Review*, 1938, vol. 13, no. 3, pp. 253–259.

Aleksei E. IVANOV
South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russian Federation
ivanov.chel@list.ru