

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ КАК НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ

студент гр. 101131-12 Мурашко Н.Н.

*Научный руководитель – канд. физ-мат. наук,
доцент Трифонов Н.Ю.*

Деловая репутация отнесена статьёй 151 Гражданского кодекса (ГК) Республики Беларусь к нематериальным благам. С позиции менеджмента деловая репутация – это трудно идентифицируемый уникальный, а так же трудно поражаемый и копируемый нематериальный актив эксклюзивного характера, который может приносить сверхнормативную прибыль. Деловая репутация может быть не только положительной, определяемой как goodwill, но и отрицательной, определяемой как badwill.

По сути, положительная деловая репутация рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод в связи с приобретенными неидентифицируемыми активами. В свою очередь под отрицательной деловой репутацией понимают превышение доли покупателя в справедливой стоимости идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств над стоимостью приобретения. В качестве нематериального актива может быть учтена только положительная деловая репутация. В соответствии с новыми требованиями МСФО 3 в отношении деловой репутации должна производиться ежегодная переоценка, заменяющая начисление линейной амортизации.

История развития гудвилла обозначает следующие его характеристики: гудвилл не имеет материально-вещественной формы; он присущ некоторым объектам и неотделим от них; гудвилл возникает тогда, когда имеет место получение некоторых преимуществ, обеспечивающих в будущем стабильные высокие прибыли, превышающие средний уровень в отрасли; величина гудвилла находит свою учетную оценку только при купле-продаже.

Таким образом, деловая репутация в достаточной большой мере отличается от других нематериальных активов, в силу чего возникает вопрос об уместности ее включения в данную группу. В современной практике деловая репутация остается своего рода философской категорией, относящейся к явлениям окружающего нас мира, которую мы стремимся познать.