

СУТНІСТЬ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Необхідність вирішення дискусійного питання щодо сутності ділової репутації підприємства обумовлена тим, що дефініція ключової категорії визначає загальні методичні особливості облікових дій, спрямованих на достовірне відображення фактів господарського життя і їх наслідків в системі економічної інформації підприємства.

Проведений аналіз дозволяє в якості ознаки даного об'єкту дослідження розглядати нематеріальний характер ділової репутації та сукупність ознак ідентифікації активів в бухгалтерському обліку. Слід зазначити, що набута ділова репутація відповідає всім ознакам ідентифікації активів, оскільки являє собою ресурс:

- контрольований компанією за допомогою придбаних прав власника (акціонера, засновника);
- виник в результаті подій минулих періодів, пов'язаних з договором купівлі-продажу підприємства, яке генерує ділову репутацію;
- вартість якого може бути оцінена;
- від якого компанія очікує отримання економічних вигод у майбутньому.

Що ж стосується віднесення ділової репутації до категорії нематеріальних активів, то, як вже неодноразово зазначалося, вона не в повній мірі відповідає умовам визнання, встановленим вітчизняними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку і бухгалтерської фінансової звітності. Головним чином, в даному аспекті викликає сумніви задоволення умов документального підтвердження передумови існування ділової репутації та її ідентифікації (виділення, відділення від інших об'єктів).

Дійсно, пошук відповіді на питання про документ підтверджує, що це складне питання. З одного боку, в якості такого документа може розглядатися договір купівлі-продажу підприємства як єдиного майнового комплексу (або його частини), однак, предмет даного договору не охоплює такий елемент, як ділова репутація. Більш того, набута ділова репутація в бухгалтерському обліку виникає внаслідок, а не в процесі укладання угоди.

Не менш дискусійним є питання і про ідентифікацію ділової репутації, постановка якого закономірно призводить до питань про те, від чого, від яких (або з яких) об'єктів слід відокремлювати (або виділяти) ділову репутацію?

Очевидно, що спроба відділення ділової репутації від придбаної організації, неможлива сама по собі навіть гіпотетично, крім того, і методично некоректна, оскільки таке відділення розриває логічний причинно-наслідковий зв'язок «придбане підприємство— придбана ділова репутація - отримання майбутніх економічних вигод».

Разом з тим, слід визнати, що загальноприйнята класифікація активів в принципі не передбачає в складі об'єктів необоротних активів (головній ознаці

віднесення до яких (тривалий термін корисного використання) ділова репутація відповідає в повній мірі) такого їх виду, який міг би органічно абсорбувати ділову репутацію.

У зв'язку з цим при формуванні дефініції ділової репутації як об'єкта бухгалтерського обліку представляється коректним кваліфікувати її як об'єкт нематеріальних активів з урахуванням дотримання головної умови визнання – відсутність матеріально-речової форми, а невідповідність додатковим, розглянутим вище, умовами визнання – врахувати в дефініції за допомогою вказівки на особливий, специфічний статус даного об'єкта.

Однак, дефініція не відповідатиме критерію повноти, якщо в ній не будуть розкриті дві складові: з одного боку – причини майбутніх економічних вигод, що провокують придбання бізнесу, а, з іншого – причини, які безпосередньо визначають необхідність визнання ділової репутації як об'єкта бухгалтерського обліку.

Узагальнення інформації, дає можливість в якості основних причин, які є каталізаторами конкурентних переваг організації і обумовлених ними економічних вигод, розглядати наявність у підприємства стабільних покупців, репутації якості, навичок маркетингу і збуту, ділових зв'язків, досвіду управління, рівня кваліфікації персоналу та впливу інших сприятливих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Виділений фрагмент доцільно включити в дефініцію для забезпечення генетичного характеру визначення ділової репутації.

Разом з тим, композиція розроблених елементів визначення та їх логічне вибудовування навколо основного визначення дозволяє завершити даний етап науково-дослідної програми і сформулювати дефініцію ділової репутації з метою проведеного дослідження наступним чином: «ділова репутація підприємства як об'єкт бухгалтерського обліку – це особливий вид нематеріальних активів, що представляє собою вартісний еквівалент майбутніх економічних вигід, одержаних підприємством у формі доходів від придбаних прав власності на інші підприємства внаслідок наявності у них стабільних покупців, репутації якості, навичок, маркетингу і збуту, ділових зв'язків, досвіду управління, рівня кваліфікації персоналу та впливу інших сприятливих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Отже, в сьогоденному світі репутація – це вимір рівня довіри до бізнесу (продукту чи послуги) з боку спільноти – кінцевих споживачів. Довіра, в свою чергу, є основою економіки. Ділова репутація компанії формується на підставі підтвердженої інформації, що дає можливість зробити висновок як про фінансові, так і про управлінські результати діяльності компанії на ринку. І таку інформацію готує професійний бухгалтер.