

Атанас Атанасов

**РЕПУТАЦИЯТА
КАТО ОБЕКТ НА
СЧЕТОВОДСТВОТО**

ПРИЗНАВАНЕ, ОЦЕНЯВАНЕ, ОПОВЕСТЯВАНЕ

издателство
 **СЛАВЕНА**
Варна, 2019

© Атанас Атанасов, автор, 2019

© „Издателство Славена“, 2019

ISBN 978-619-190-156-2

СЪДЪРЖАНИЕ:

ПРЕДГОВОР	7
------------------------	---

ГЛАВА ПЪРВА: ОСНОВИ НА РЕПУТАЦИЯТА КАТО ИКОНОМИЧЕСКА И СЧЕТОВОДНА КАТЕГОРИЯ	12
--	----

1. Виждания относно икономическата същност на репутацията.	12
1.1. Репутацията в изследванията на чуждестранните изследователи.....	12
1.2. Репутацията в българската специализирана литература.....	29
1.3. Вътрешно-създадената репутация – нормативно регламентиране, подходи и проблеми при дефинирането и измерването ѝ.....	46
2. Развитие на концепцията за репутацията в исторически аспект.	60
3. Счетоводно регламентиране на репутацията.	86
3.1. Положителната репутация в европейската и американската счетоводна система.....	86
3.2. Отрицателната репутация (печалба от изгодна покупка) в европейската и американската счетоводна система.....	106
3.3. Нормативно регламентиране на репутацията в България.....	112

ГЛАВА ВТОРА: ПРОБЛЕМИ ПРИ ОЦЕНЯВАНЕТО И ОПОВЕСТЯВАНЕТО НА РЕПУТАЦИЯТА ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА	123
--	-----

1. Проблеми при оценяването на репутацията като специфичен отчетен обект.	123
1.1. Оценка на репутацията при първоначално признаване според приложимите счетоводни стандарти.....	123
1.2. Последващото оценяване на репутацията – регламентиране, фактори, проблеми и възможни решения.....	134
1.2.1. Преглед на съществуващата нормативна уредба.....	134
1.2.2. Фактори (детерминанти) за обезценката на репутацията.....	148

1.2.3. Резултати от емпирични изследвания по отношение на обезценката на репутацията	161
1.2.4. Критичен анализ на приложимите счетоводни стандарти и използването на обезценките като средство за манипулиране на финансовите резултати.	172
1.2.5. Проблеми и тенденции при амортизирането на репутацията и тестването ѝ за обезценка.	185

2. Оповестяване на репутацията във финансовите отчети на предприятията.	199
2.1. Изисквания за оповестяване, заложиени в приложимите национални и международни стандарти.	201
2.2. Измерване на нивото на оповестяване. Индекс на оповестяване.	206
2.3. Фактори и мотиви за оповестяване в контекста на качествените характеристики на информацията относно репутацията.	211

ГЛАВА ТРЕТА: ПРАКТИКО-ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА ПРИЗНАВАНЕТО, ОЦЕНЯВАНЕТО И ПРЕДСТАВЯНЕТО НА РЕПУТАЦИЯТА ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПУБЛИЧНИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....

НА БЪЛГАРСКИТЕ ПУБЛИЧНИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	221
---	------------

1. Изследване на практиката на българските публични предприятия при признаване и оповестяване на репутацията.	221
1.1. Обхват и ограничения на изследването.	221
1.2. Методика на изследването.	224
1.3. Обобщени резултати от практиката при първоначално признаване и оценяване на репутацията... ..	224
1.4. Изследване на конкретни практики при първоначално признаване и оценяване на репутацията... ..	234
1.5. Резултати от изследване на последващото оценяване на репутацията.	268
1.5.1. Оценка на общото равнище на обезценка на репутацията.	270
1.5.2. Емпирични резултати за признатите счетоводни обезценки на репутацията за периода 2012 -2016 г.	280

2. Обща оценка на нивото на оповестяване на репутацията. Възможности и препоръки за подобряване на съществуващите практики при признаването, оценяването и оповестяването на репутацията.	288
2.1. Обща оценка на нивото на оповестяване на репутацията. Индекс на оповестяване (ИО).	288
2.2. Насоки за подобряване на съществуващите практики при оповестяване на репутацията във финансовите отчети на предприятията.....	298
Заклучение	307
Използвана литература	315
Приложения	335

ПРЕДГОВОР

В съвременните условия бизнес средата, в която функционират предприятията, непрекъснато се изменя в резултат на технологични промени, глобализация на бизнес процесите и все по-нарастващата роля на нематериалните активи като основен двигател на стойността. Днес нематериалните активи се смятат за ключов фактор за генериране на стойност и са в основата на потенциала за растеж и развитие на едно предприятие, което определя и голямото значение, което се придава на информацията за тези активи във финансовите отчети на предприятията. Тази теза се подкрепя и от данните за източниците на създаване на стойност в развитите икономики. Размерът на нематериалните активи, използвани в предприятията в последните години, непрекъснато нараства като през 2015 г. 87% от стойността на публичните компании, формиращи индекса S&P се дължи на нематериалните активи.¹ Тази констатация следва да бъде разгледана в динамика, тъй като делът на нематериалните активи в пазарната стойност на компанията през 1985 г. е бил само 32%, което означава, че за 30 години пазарът е увеличил ролята и значението на нематериалните активи почти три пъти.

Според различни автори наличието на съществени разлики между пазарната и счетоводната стойност на предприятието е доказателство за съществуването на непризнати неимуществени ресурси, като по този повод Lev посочва, че счетоводството е изправено пред сериозно предизвикателство – „да се справи с новата икономическа среда, за да може да обслужва нуждите на основните заинтересовани страни - мениджърите и инвеститорите“². Тъй като приложимите счетоводни принципи и стандарти не позволяват пълно признаване и оповестяване на широка гама нематериални активи (придобити или вътрешно създадени), много изследователи от академичните среди и професионалисти от практиката през последните години заявяват, че всички управленски решения, които не отчитат нематериалните фактори при формирането на корпоративната стойност, могат да доведат до значителни икономи-

¹ Официална интернет страница на Ocean Tomo, LLC, the Intellectual Capital Merchant Banc™ firm, <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>, видяна на 10.10.2016 г.

² Lev, B., *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. Washington, *Executive Summary*, Brookings Institution Press, Washington, D.C., 2001, p.11.

чески загуби както за предприятията, така и за техните контрагенти и икономиката като цяло.

Осъществяваните придобивания днес все по-често имат за мотив и цел именно тези нематериални преимущества на бизнеса, които макар да са изключително продуктивни, остават невидими в традиционните системи за отчитане преди да се осъществи сделка по придобиване на предприятието и тези преимущества да бъдат обективирани във финансовия отчет на придобиващия посредством появата на счетоводната категория „репутация“. Това заключение се потвърждава и от изследване на Ernst & Young³, според което 47% от платената цена на придобиване са отчетени като репутация и около 70% от цената на придобиване е разпределена към нематериални активи, което подкрепя нашата теза, че именно нематериалните преимущества са в основата на мотивите за реализиране на значителна част от сделките по сливане и придобиване в световен мащаб.

Репутацията като обект на счетоводството винаги е била предмет на множество дискусии и така е придавала облик на цялата тема за бизнескомбинациите. Противоречивият ѝ характер е бил обект на дискусии още в първите години на споменаването ѝ през 16 век. Дебатът за същността ѝ, започнал в публикациите на авторите от края на 19 век, преминава през нормативното ѝ регламентиране и продължава до днес. Репутацията си остава един от най-противоречивите обекти на счетоводството, към които изследователите проявяват различни професионални чувства – от явен скептицизъм и отричане на нейното съществуване до възхваляване и определяне като едно от „чудесата“ на счетоводството.

През 2001 г. в САЩ беше въведен нов и коренно различен от приложимите до този момент в исторически аспект модели за отчитане и представяне на бизнескомбинациите и за признаването и последващо отчитане на репутацията, който по-късно - през 2003 г. - стана и част от приложимите Международни счетоводни стандарти (МСС/МСФО). Въвеждането на новите изисквания за ежегодно тестване за обезцен-

³ Ernst & Young, Acquisition Accounting: What's Next for You. Aglobalsurveyofpurchase priceallocationpractices, February 2009. Available from: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Allokering_av_merverdier_ved_oppkj%C3%B8p./FILE/TAS_Acquisition_accounting_Whats_next_for_you.pdf, видяна на 10.04.2017.

ка на репутацията без текущото ѝ амортизиране беше обосновано от Борда за международни счетоводни стандарти (IASB) и Американският борд за счетоводни стандарти (FASB) с виждането, че много често стойността на репутацията намалява във времето по начин, който е различен от линейното амортизиране и посредством новите правила се постига по-адекватно и коректно представяне на размера на репутацията във финансовите отчети.

Древна мъдрост казва, че времето е най-добрият съдник за всяко действие. Днес, 18 години след приемането на новите правила в САЩ и 15 години след въвеждането им в МСС/МСФО, равносметката е наложителна. Няма как да не отбележим, че прилагането на нормите доведе както до затвърждаване на позициите на някои убедени привърженици на промяната, така и до все повече критични мнения на нейните противници. Една част от критиците представят различни аргументи, според които прилагането на справедливи стойности, използвани при тестването за обезценка на репутацията, ще позволят на предприятията да управляват доходността си посредством признаването на обезценките във финансовите отчети. Те виждат в прилагането на модела за тестване прекалено много възможности за изразяване на субективни оценки от страна на мениджмънта на предприятието, което от своя страна е предпоставка за компрометиране на извършените тестове и управление на обезценките. Други считат, че самият тест за обезценка е твърде комплексен и скъп за предприятията и т.н.

Промените в счетоводните правила за отчитане и представяне на репутацията във финансовите отчети, на които сме свидетели през последното десетилетие, и нестихващият дебат относно бъдещето на репутацията, в който участие вземат както счетоводните тела, изработващи стандартите, така и регулаторни органи като Европейския орган за ценни книжа и пазари (ESMA), авторитетни професионални организации като Бордът за счетоводни стандарти в Япония (ASBJ), Европейската консултативна група за финансово отчитане (EFRAG), Италианският борд за счетоводни стандарти (OIC), Институтът на експерт-счетоводителите на Англия и Уелс (ICAEW), водещи одиторски компании и много учени-изследователи, са поредното доказателство за актуалността на изследваната проблематика.

Основната **цел** при написването на тази книга е да се извърши

критичен преглед на теоретичните аспекти на търговската репутация и развитието на нормативното ѝ регламентиране, както и да се разкрият съществени проблеми при признаването, оценяването и оповестяването на търговската репутация във финансовите отчети на българските публични предприятия, участващи при формирането на борсовия индекс BGBX 40 и на тази основа да се изведат насоки за подобряване на отчитането, представянето и оповестяването ѝ.

В **обхвата** на проведеното изследване са включени български публични предприятия, които участват при формирането на борсовия индекс BGBX 40 (Индекса) на Българска фондова борса (БФБ) към 31.12.2016 г. Изследването обхваща одитираните финансови отчети на предприятията за пет годишен период от 2012 до 2016 г., като от всички предприятия, попадащи в обхвата на Индекса, са изследвани първите 20 според пазарната им капитализация към 31.12.2016 г. От тях са извадени две предприятия, които са акционерни дружества със специална инвестиционна цел (АДСИЦ), тъй като поради спецификата на дейността им при тях на практика няма възникваща репутация. Независимо, че обхватът на изследването се ограничава до първите 20 предприятия според признака „пазарна капитализация“ считаме, че резултатите от него могат да бъдат приети като съществени и представителни, даващи основание за формулиране на обосновани заключения, тъй като пазарната капитализация на предприятията в изследваната съвкупност представлява 83,19% от пазарната капитализация на индекса BGBX 40 към 31.12.2016 г. Извършеното изследване е осъществено при следните ограничения:

- ✓ Изследването се основава само на публично достъпна информация, представена и оповестена чрез годишните финансови отчети на предприятията от формираната извадка за периода 2012-2016 г., както и на друга информация, оповестена публично чрез техните интернет страници, интернет страницата на БФБ и на Търговския регистър към Агенция по вписванията;
- ✓ Предвид формулираните цел, предмет и обект на изследването, извън обхвата му остава пълното и всеобхватно разглеждане на въпросите, свързани с вътрешно генерираната репутация, както и емпиричното ѝ изследване;

- ✓ Основен акцент при анализа на нормативната уредба на репутацията е поставен върху Международните счетоводни стандарти и Международните стандарти за финансово отчитане, тъй като те са приложима счетоводна база за предприятията, попадащи в обхвата на извършеното емпирично изследване;
- ✓ Анализиранията нормативна уредба е актуална към 30.06.2017 г., като на отделни места в дисертационния труд са разгледани и предложения за промяна в действащи актове, които касаят периоди след 30.06.2017 г.

Настоящата книга е базирана на защитен през 2018 г. от автора дисертационен труд на тема „Финансово – счетоводни аспекти на търговската репутация“.

ГЛАВА ПЪРВА

ОСНОВИ НА РЕПУТАЦИЯТА КАТО ИКОНОМИЧЕСКА И СЧЕТОВОДНА КАТЕГОРИЯ

1. Виждания относно икономическата същност на репутацията.

1.1. Репутацията в изследванията на чуждестранните изследователи.

Темата за репутацията в продължение на много години е била обект на различни академични публикации и практически изследвания в опити да се намери единна, безспорна и общоприета дефиниция за нея като обект на счетоводството. От появата на първите статии за репутацията в края на XIX в. до 80-те години на XX в. като че ли нещата съществено не са се променили. Становищата се колебаят от една крайност – пълно отричане и не посочване в баланса, до друга крайност – безрезервно поддържане на същността ѝ като част от активите на предприятието. Въпреки това в последните години спорът се насочва не толкова към нейното съществуване, а към начина на счетоводното ѝ представяне. Считаме, че изясняването на същността на репутацията е първостепенно и е определящо по отношение на счетоводното ѝ отчитане като неминуемо е свързано с излагането на отделни гледни точки относно тази същност.

Някои автори я определят като: „най-нематериалният от всички нематериални активи”⁴; според други – „репутацията е нещото, което отличава съществуващия успешен бизнес от току-що стартиращия”⁵; трети я определят като: „сбор от всички онези неосезаеми атрибути на бизнеса, които допринасят за неговия успех, като благоприятно местоположение, добро име, способности и умения на служители и ръководители, дългогодишни връзки с контрагенти и кредитори”⁶. Въпреки

⁴ Kieso, D., etc., Intermediate Accounting, 3th Canadian Edition, John Wiley & Sons, 1990, p.580-581.

⁵ Leake, P.D., Commercial Goodwill – Its History, Value and treatment in Accounts, London, 1921, p.13.

⁶ Glauter, Un., Accounting – theory and practice, London 1992, pp. 182

всички тези опити за определяне на репутацията, тя никога не е била задоволително дефинирана като един от главните проблеми, който може да се посочи, е смесването на същността на репутацията със счетоводното ѝ отчитане.

В едно от най-пълните изследвания за историята на репутацията като счетоводна категория Hughes отбелязва, че „произхода на репутацията може да се разкрие в историята, но нейната същност е въпрос на персонално възприемане и интерпретиране“.⁷ Това негово схващане става водещ мотив в повечето публикации след 1982 г., но именно опитите да се интерпретира същността на репутацията, следвайки вижданията на отделните автори отдалечава понякога интерпретациите от основните теоретични концепции. Голяма част от авторите се опитват да дефинират същността на репутацията от гледна точка на методите за нейната оценка, а не базирайки се на нейната същност. В тази връзка могат да бъдат приведени доста примери за дефиниции за репутацията, които започват по следния начин: „Репутацията се определя като разлика между....“ и които определят репутацията като разлика между две или повече определени стойности. Тези определения по никакъв начин не разкриват същността на репутацията и както Maunard отбелязва не се базират „на същността и свойствата, които тя притежава“.⁸ Подобна теза защитава и Gynther, който посочва, че „истинската природа на репутацията в литературата се смесва с методите, които се използват в практиката за оценка на стойността на цялото предприятие“.⁹ Според него репутацията не е дисконтираната стойност на очакваните бъдещи свръх печалби. Това не е репутацията. Това просто е една „рационализация“¹⁰, израз на широко използвания метод за оценка на репутацията, и именно тази рационализация е била възприета като същност на репутацията от много автори. Затова той счита, че следва да се търси отговор на въпроса „Защо и дали материалните активи притежават способността да носят свръх печалби?“.

⁷ Hughes, H.P., *Goodwill in Accounting: A History of the Issues and Problems*, BPD, Georgia State University, 1982, p.IV.

⁸ Maunard, J., *Accounting for Goodwill: A critical evaluation*, 1996, p.2.

⁹ Gynther, R., *Some “Conceptualizing” on Goodwill*, *The Accounting Review*, April, 1969, p.247.

¹⁰ Пак там, с.247.

Разбирането на Gynther е, че репутацията съществува, защото съществуват определени активи, дори когато не са част от имуществото на предприятието като материални такива. Като пример са посочени „специални знания и умения“, „високи управленски способности“, „монополно положение“, „социални и бизнес контракти“, „добро име и репутация в обществото“, „отличен персонал“, „търговски наименования“, „съществуваща клиентела“. Затова този автор приема, че сумата от стойностите на тези активи, които определено имат нематериален характер, всъщност представлява стойността на репутацията. В своя анализ Gynther определено се доближава до част от нашите виждания, а именно, че по своята същност репутацията не следва да бъде възприемана като някаква резултативна (остатъчна) стойност, а по-скоро като съвкупност от нематериални предимства, които придават стойност на репутацията.

В търсене на отговор за същността на репутацията ще се опрема на счетоводната теория. Според Belkaoui¹¹ не може да се говори за единна всеобхватна счетоводна теория, а отделни теории, които са резултат от различните възгледи за изграждането на счетоводната теория. Подобно становище се застъпва и от български учени като Филипова. Тя счита, че „понастоящем няма единна всеобхватна счетоводна теория“¹², тъй като „не съществува единство по отношение на целите, задачите, функциите и мястото на счетоводството; на неговия предмет и метод; елементите и качествените характеристики на счетоводните отчети, както и на подходите за измерване и оценяване на счетоводните обекти“.¹³ Именно липсата на единна счетоводна теория е и едно от обясненията, които често се срещат при опитите за даване на различни дефиниции за едни и същи практически проблеми и обекти на отчитане, което е изцяло относимо към въпросите за счетоводното признаване и отчитане на репутацията.

В чисто исторически план се наблюдава значително разнообразие по отношение на възгледите за репутацията и нейното счетоводно тре-

¹¹ Belkaoui, A., Accounting Theory, AP Ltd, USA, 1993.

¹² Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, Стено, Варна, 2012, с.24.

¹³ Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, Стено, Варна, 2012, с.24.

тиране. Теорията познава различни интерпретации на „съдържанието“ на платената цена при придобиването в зависимост от това дали тя превишава или не нетните активи на предприятието. Позовавайки се на вече познатите опити за категоризация на основните виждания за същността на репутацията, които посочва Miller¹⁴, цитирайки Hendriksen, и които са доразвити от Most, може да оформим следните схващания:

- 1) Оценка на нематериалните предимства на фирмата;
- 2) Настоящата стойност на превишението на очакваните супер печалби над очакваната нормална норма на възвръщаемост на всички инвестиции без репутацията;
- 3) „Майсторска сметка“¹⁵, която се използва за оценка на превишението на стойността на даден бизнес като цяло над стойността на отделните разграничими материални и нематериални активи, които го формират.

Основният застъпник на тезата за супер печалбите е Leake, който търси по-различно обяснение за репутацията от традиционния за времето (1914 г.) възглед, свързващ я с чисто търговската оценка на бизнеса и неговите преимущества като я дефинира посредством теорията за супер печалбите. Canning пък се приема за първият, който аргументирано излага теорията за т.нар. „майсторска сметка“ през 1929 г. Тези две виждания за същността на репутацията са били предмет на множество публикации в продължение на десетилетия, но те като че ли също не стигат до същността на репутацията, а по-скоро се занимават с начините и техниките за нейното измерване.

Придобитата положителна репутация възниква, когато един бизнес придобива друг като действащо предприятие. Стойността на репутацията може да се установи в определен момент от определена пазарна сделка и репутацията се измерва с разликата между покупната цена, която е платена и справедливата стойност на придобитите нетните разграничими активи. Затова считаме, че когато плащането е било извършено за репутацията, също така е важно да се гарантира, че плащането е било в действителност за тази репутация, а не за нещо друго. При определяне на характера на репутацията анализът трябва да започне с

¹⁴ Miller, M., Goodwill – An Aggregation Issue, *The Accounting Review*, Vol.48, №2, 1973, p.281.

¹⁵ В оригинал се използва терминът „master valuation account“.

основния въпрос, а именно: Защо едно предприятие ще бъде готово да плати повече от справедливата стойност на придобитите разграничими активи на друго предприятие? Какви са причините и мотивите за подобно плащане? Логично отговорът трябва да бъде, че това предприятие притежава някои преимущества, които придобиващото предприятие се стреми да придобие. Освен това следва да обърнем внимание и на друг аспект. Както посочва Maynard, което по същество също може да бъде вярно е, че „самият факт, че дадена сума е била платена в излишък от нетната стойност на активите на една компания не е задължително да представлява репутацията.“ Освен това, цитирайки Eiteman, той казва, че „всичко, което се записва като репутация във финансовите отчети не винаги е репутация и че често „репутацията“ се използва за описание на общия излишък на покупната цена над балансова стойност на активите, придобити с малка връзка с базовия характера на това превишение.“¹⁶

Някои автори като Fisher¹⁷ считат, че активите като цяло следва да бъдат ограничени до обхвата на дефиницията за собствеността. Основните му разсъждения са базирани върху правната същност на собствеността като съвкупност от права. По този начин правото на собственост се счита, че включва правото върху вещта, правото да се променят характеристиките ѝ, да се прехвърлят или временно да се отдават правата върху нея на трети страни, както и да се споделят печалбите и загубите от нейното използване. Подобно е схващането и на Samuelson, който продължава анализа в контекста на признаването на активите в счетоводството и допълва, че репутацията в този смисъл не може да бъде продадена отделно или отдадена под наем, нито пък могат да бъдат променени нейни характеристики и не би могла независимо от останалите активи да генерира някакъв доход, което е основание да не бъде признавана като отделен разграничим актив.¹⁸

Не следва да отхвърляме като лишена от смисъл и тезата за допуснатата грешка в оценката на дадена бизнескомбинация. Тази идея се спо-

¹⁶ Maynard, J., Цит. съч., р.25

¹⁷ Fisher, I, *The Nature of Capital and Income*, New York, A. M. Kelley, 1906, р.

¹⁸ Samuelson, R., *The concept of Assets in Accounting Theory*, *Accounting Horizons*, Sept.1996, Vol.10, Iss.3, pp.147-157.

деля от редица автори¹⁹, които считат, че грешката се състои в платена много висока цена за придобитите нетни активи. В този случай Young приема, че „ако извънредно голяма сума е била платена за дадена инвестиция без насрещна възвръщаемост, мениджмънтът на предприятието трябва да бъде убеден да признае загубата възможно най-скоро като трябва да се положат всички усилия, за да се гарантира, че репутацията няма да се използва като основание за прикриване на грешки и загуби на ръководството.“²⁰ Търсенето на обяснение за платената премия от придобиващия бива материализирано често в опити тя да се разбие на съставни части в зависимост от характера им. Така например Arnold и др. опитват да дефинират три основни компонента, от които се състои репутацията като включват:

- a) справедливата стойност на разграничимите нематериални активи;
- b) настоящата стойност на изгодите, произтичащи, но не включени в a) в резултат на взаимодействието им и в резултат на синергия, монополно положение и др.;
- c) надплащане *или* недоплащане.

Те считат, че първите два компонента следва да бъдат капитализирани като репутация, тъй като те олицетворяват очакваните предимства за бизнеса, от които ще произтече поток от бъдещи икономически изгоди. За третия компонент са на мнение, че следва незабавно да бъде отписан като печалба или загуба, тъй като по същество не представлява репутация. По отношение на този компонент считаме, че авторите се доближават до тезата, че в някои случаи не цялата надплатена цена следва да се разглежда като репутация. Съществуват и случаи, в които просто е допусната грешка при оценката на бъдещите ползи, които се очакват от бизнескомбинацията. Не бихме могли да приемем безрезервно формулирането на първия компонент. Макар да разбираме идеята на авторите, че комбинираното използване на активите води до наличие на бъдещи предимства, то считаме, че бъдещия синергичен ефект не следва да се разглежда като резултат само от функционира-

¹⁹ Вж. Devine, C., *Studies in Accounting Research, Volume II*, American Accounting Association, 1985; Young, A., *The Management Accountant and Goodwill, Management Accounting*, 1981, pp. 19-20.

²⁰ Цит. По Maynard, J., Цит. Съч., p.26.

нето на нематериалните активи, а на активите на предприятието като цяло. Затова може да приемем, че техните заключения са доста точни, но те се отнасят до отделните компоненти на репутацията по отношение на стойността ѝ, а биха могли да се разгледат от гледна точка на всички активи, от които тя наистина произтича или като оценка на онези не обхванати от счетоводните сметки преимущества. Считаме, че едно от нещата, които е необходимо да се извършат във всички случаи, при които стойността на сделката се различава от стойността на придобитите нетни активи, е да се преразгледа сделката за наличие на грешки, допуснати при оценяването на придобитите активи и чак тогава да се говори за признаване на репутация, освен ако придобиващият не е абсолютно наясно, че е платил повече в оценка на потенциала на придобиваното предприятие.

Отговор на въпроса дали активите и по-конкретно репутацията имат т.нар. „сила да носи печалби“ (earning power) намираме в публикациите на Paul-Joseph Esquerre още през 1914 г. в глава XXII на неговата книга „Приложна теория за сметките“ („The Applied Theory of Accounts“).²¹ Той прави разграничение между репутацията, която се свързва със собствениците на бизнеса и тази на корпорацията (предприятието) като застъпва тезата, че последната е израз на способността за печалби на съществуващия бизнес, чиито продукти ще бъдат обект на продажба без значение кой точно ще ги продава.

Тезата, че репутацията е израз на съществуващи предимства на бизнеса, които обаче са останали счетоводно неуловими преди предприятието да бъде обект на придобиване, е застъпена и от Spacek.²² При изясняването на истинската същност на репутацията той посочва, че репутацията се свързва и може да произтича от безброй фактори и обстоятелства, като например общественото приемане на продуктите на компанията, уменията за управление, връзки с клиентите и обществото, силата на научноизследователска организация и т.н. По тази причина заключава, че репутацията представлява оценката на способността за генериране на печалби на предприятието като действащо над сумата, платена за придобитите нетни активи, необходими за про-

²¹ Esquerre, Paul-Joseph, *The Applied Theory of Accounts*, The Ronald Press Company, NY, 1914, p.243-250.

²² Spacek, L, Цит. Съч. p.36.

изводството, реализацията и административните разходи, свързани с производството на тези продукти и услуги. Следователно репутацията е настоящата стойност на очакваните бъдещи печалби, надвишаващи разумната възвръщаемост на тези производствени активи.

Stewart свързва наличието на репутация с определени изгодни фактори, условия и ресурси, които предприятието притежава, въпреки че те не са изброени като част от материалните активи. В тази връзка той изброява специалните умения и знания, високата управленска способност, монополното положение, социалните и бизнес връзки, доброто име и репутация, благоприятната ситуация, отличния персонал и установените клиенти като активи в тази категория.²³

Наричайки я „най-нематериалния“ от всички нематериални активи Kieso и др.²⁴ считат, че репутацията е уникална за разлика от останалите нематериални активи, тъй като тя може да бъде идентифицирана само чрез връзката ѝ с бизнеса като цяло. Стойността ѝ се гради от наличието на не посочени в счетоводните сметки активи като редовни клиенти, отличен персонал, брилянтен мениджърски екип и т.н., които придават на предприятието стойност, по-голяма от сбора на пазарните стойности на разграничимите му активи. Освен това, много важен момент в техните виждания е обстоятелството, че „репутацията може да бъде отчетена, когато целият бизнес е придобит, защото репутацията е оценка, присъща за действащо предприятие и не може да бъде отделена от бизнеса като цяло“.²⁵

Като „бъдеща икономическа полза, произтичаща от дадено предприятие или участие в предприятие, или от използването на група от активи, при която тази икономическа полза не произтича от конкретен разграничим актив“²⁶ е определена репутацията в Международните стандарти за оценяване. Посочва се още, че репутацията или реномето, както още е посочено в стандартите за оценяване, е представяна като

²³ Stewart, R., Accounting for Goodwill - Research Bulletin R-112, Accounting Research and Standards Board, Wellington, New Zealand Society of Accountants, 1980.

²⁴ Kieso, D., etc., Intermediate Accounting, 3th Canadian Edition, John Wiley & Sons, 1990, p.580.

²⁵ Kieso, D., etc., Цит. съч., p.581.

²⁶ Вж. МСО 210 Нематериални активи, Международни стандарти за оценяване 2017, Съвет за международни стандарти за оценяване, 2017, с. 61.

свръх цената, платена за едно реално или хипотетично придобиване на предприятие, над и отвъд стойността на другите идентифицирани активи и пасиви на предприятието, което по своя смисъл се доближава до разбирането за същността на репутацията, че тя не може да бъде асоциирана с конкретен актив, неразривно свързана е с бизнеса, няма отделно съществуване и е израз на нематериалните преимущества, които не са били обхванати от счетоводството. Нещо повече в пар.8 на МСО 210 - Нематериални активи са посочени и някои елементи, които най-често съставляват репутацията, а именно:

- а) синергии, специфични за съответното предприятие, които са резултат от бизнес комбинация (например съкращаване на оперативните разходи, икономии от мащаба или динамика на продуктов микс),
- б) възможности за разширяване на бизнеса на нови и различни пазари,
- в) ползата от концентрирана работна сила (но по принцип не и интелектуалната собственост, създадена от членовете на тази работна сила),
- г) ползата, която ще се извлече от бъдещи активи, като например нови клиенти и бъдещи технологии, и
- д) стойност на комбинацията и действащото предприятие.

Wyatt описва репутацията като „сумата, платена за придобиване на възможността за получаване на приходи, надвишаващи приходите, които обичайно могат да донесат придобитите материални активи“²⁷. Идеята за приходите и възвръщаемостта, която може да осигури репутацията след дадена бизнескомбинация, заема централно място и в дефиницията, дадена от Larson и Pyle. Според тях „за един бизнес се казва, че притежава репутация, когато очакваната бъдеща норма на възвръщаемост е по-голяма от нормално реализираната в този бизнес“.²⁸ Авторите считат, че репутацията може да бъде резултат от създадените безупречни връзки с клиентите, разположението на бизнеса,

²⁷ Цит. по Alfons, M., Goodwill Accounting: The Impact of SFAS 142 and IFRS 3 on Earnings Quality, p.7/<http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=48627>, видяна на 10.07.2016.

²⁸ Larson, K., Pyle, W., Fundamental Accounting Principles, 11th Edition, IRWIN, 1988, p.397.

супер мениджмънта на предприятието или от комбинация от фактори, но отбелязват, че тези преимущества биха могли да бъдат „оценени“ само от бъдещ инвеститор, който е готов да плати за тях като по този начин „репутацията се превръща в актив и има стойност“.

В свое изследване за периода 1989 – 1994 г. сред 2693 американски компании Chauvin и Hirschey стигат до извода, че има връзка между наличието на репутация и възможността на предприятията да генерират доходи над нормалните.²⁹ Освен това те подлагат на тестване връзката между репутацията, рентабилността и пазарната стойност на едно предприятие и доказват, че разходите, които предприятията извършват за реклама, научноизследователска и развойна дейност, в подобряване на качеството на продуктите и др., имат положително влияние върху стойността на положителната репутация.

Различни проучвания са правени с цел анализиране на това дали репутацията генерира доход чрез използване на пазарната капитализация като зависима променлива, както и разнообразие от други променливи на пазара. Едно от тези проучвания е на Jennings³⁰ и др., като в основата на това изследване стои въпросът дали продължава да съществува връзка между очакваните бъдещи ползи, асоциирани с репутацията и платената цена при придобиването. Ако е налице такава връзка, то следва че ресурсите на предприятието са представени по-добре в баланса, когато е отразена и репутацията и обратното. В друго изследване със същата насоченост, което вече цитирахме, Chauvin и Hirschey³¹ откриват зависимост между оценката за стойността на репутацията и характера на изследваното предприятие. Те обобщават, че репутацията е била „оценена“ от пазара, когато става въпрос за компании, които оперират в непроизводствената сфера, но за такива в производствената сфера – пазарът не придава стойност на репутацията.

²⁹ Chauvin, K., Hirschey, M., Goodwill, profitability, and the market value of the firm, *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 13, Iss.2, June 1994, pp.159-180.

³⁰ Jennings, R, Robinson, J., Thompson II, R., Duvall, L., The Relation Between Accounting Goodwill Numbers and Equity Values, *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol23, Iss.4, June, 1996, p.513-533.

³¹ Chauvin, K. W. and M. Hirschey., Goodwill, Profitability, and the Market Value of the Firm, *Journal of Accounting & Public Policy*, Vol. 13 Iss. 2, 1994, pp. 159-180.

Доста често в специализираната литература се споделя виждането, че наличието на репутацията не следва да бъде в рамките на хипотетични оценки и субективни схващания, а следва да бъде обективизирано чрез практическо проучване. В свое изследване учени от Университета в Охайо считат, че отговорът на въпроса дали наистина репутацията генерира допълнителни доходи следва да бъде подложен на емпирично тестване.³² За целта са изследвани публични компании като е използвана базата Compustat и е обхванат периода от 1995 до 2004 г. Изследвани са предприятия от 45 отрасли, включващи общо 38 519 финансови години за анализ като е използван коефициента за възвръщаемост на активите ROA³³, изчислен за предприятия, които нямат призната репутация и такива, които имат призната репутация в съществени размери. Резултатите показват, че за в 6 от 45 отрасли предприятия без репутация превъзхождат тези с призната репутация, в 21 отрасли не са открити статистически значими разлики в представянето на предприятията „с“ и „без“ репутация. Това ни кара да споделяме виждането на авторите на изследването, че репутацията определено е израз на т.нар. „интелектуален капитал“, който не може да се впише в традиционните счетоводни разбирания, но пък бива оценена посредством цената, платена от придобиващото предприятие в една бизнескомбинация. С най-голям интерес учените приемат резултата за 18 от изследваните 45 сектора на икономиката, при които предприятията с наличие на репутация в своите баланси превъзхождат като представяне тези без репутация. Тези резултати са основа за заключението, че репутацията наистина генерира възвръщаемост или както е наречена „изключителна“ възвръщаемост за разлика от традиционните активи в много отрасли. Освен това е потвърдена и хипотезата, че пазарното възприемане на репутацията и възможностите за генериране на доходи варират в зависимост от отрасли. Макар, че не е валидна за всички отрасли, тезата за генериране на възвръщаемост може да бъде приета,

³² Vance, d., *Rising Capital*, NY, 2005 / Цит. по Изследване на Ohio State University: Is Goodwill Really an Asset?, Fisher College of Business / <https://fisher.osu.edu/~schroeder.9/AMIS900/goodwill.pdf>, видяна на 17.05.2016.

³³ Показателят е изчислен като отношение на оперативната печалба преди амортизации към средната стойност на активите. /Вж. Цит. Изследване на Ohio State University, p.16.

тъй като е валидирана за 39 от всички 45 отрасли, което представлява 87% от изследваните 47 547 предприятия. Считаме, че заключенията в това изследване могат да бъдат разглеждани и в малко по-широк аспект, а именно – икономическия и финансов смисъл на репутацията като актив, който носи стойност, но традиционно не може да бъде обхванат от счетоводството.

Според Sveiby³⁴ именно наличието на съществени различия между пазарната и счетоводната стойност на предприятието е доказателство за съществуването на непризнати нематериални ресурси. И колкото по-значима е ролята на тези нематериални ресурси, толкова по-високи ще са стойностите на отношението пазарна стойност / счетоводна стойност. Считаме, че е важно да отбележим, че размерът на т.нар. „интелектуален капитал“ (ИК) всъщност зависи от стойността на признатите по счетоводен път нематериални активи и при промяна на правилата, заложен в приложимите счетоводни стандарти ще се промени и стойността на ИК на предприятието, поради което не може да се сложи знак за равенство между понятията „интелектуален капитал“ и „репутация“. Наличието на различия между счетоводната и пазарната стойност на капитала на едно предприятие е факт, който е изследван още през 2000 г., когато Lev отбелязва, че 500 годишната история на счетоводството е подложена на неколкократно тестове от „Новата икономика“³⁵, където се наблюдава нарастваща роля на нематериалните активи като основен двигател на стойността и замъгляване на информацията между предприятието и неговите клиенти, доставчици и конкуренти. Традиционният счетоводен модел според Lev се фокусира върху законно базирани сделки (продажби, покупки, капиталови разходи) като същевременно се абстрахира от много събития, променящи стойността и по този начин не може да се справи с новата икономическа среда и следователно вече не обслужва нуждите на основните заинтересовани страни - мениджърите и инвеститорите. В подкрепа на тезата си авторът посочва, че стойността на показателя „пазарна стойност към счетоводна стойност“ на

³⁴ Sveiby, *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-based Assets*, Berret-Koehler Publishers, SF, 1997., Available from:

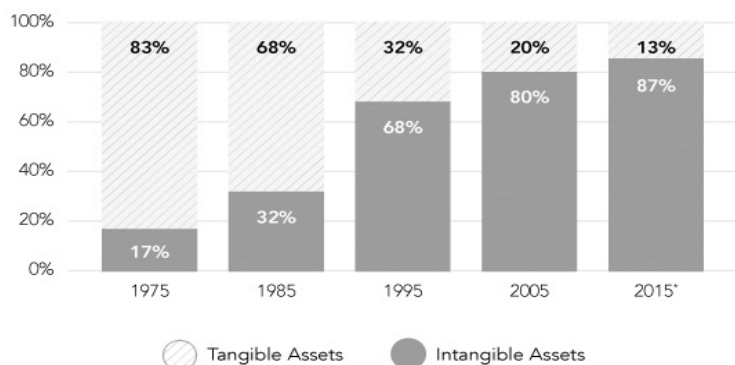
https://books.google.bg/books?id=xKNXlgaeCjAC&printsec=frontcover&hl=bg&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false, видяна на 20.07.2017.

³⁵ Lev, B., *New Accounting for The New Economy*, May 2000, p. 2.

компаниите, участващи в индекса S&P 500 надхвърля 6.0, което е сигнал, че „в баланса липсват 5 от всеки 6 долара корпоративна пазарна стойност“.³⁶

Посочените изводи се подкрепят и от данните за източниците на създаване на стойност в развитите икономики, при които те са изместени от материалните към нематериалните активи. Размерът на нематериалните активи, използвани в предприятията в последните години непрекъснато нараства, което може да бъде проследено от представената по-долу информация:

COMPONENTS of S&P 500 MARKET VALUE



SOURCE: OCEAN TOMO, LLC

Фиг. 1 - Компоненти на пазарната стойност на компаниите, включени в индекса S&P 500

Източник: Ocean Tomo LLC, <http://www.oceantomo.com/blog/2015/03-05-ocean-tomo-2015-intangible-asset-market-value/>

Осъществяваните придобивания днес все по-често имат за мотив и цел именно тези нематериални преимущества на бизнеса, които макар да са изключително продуктивни, остават невидими в традиционните системи за отчитане преди да се осъществи сделка по придобиване на предприятието и тези преимущества да бъдат обективирани във финансовия отчет на придобиващия посредством появата на счетоводната категория „репутация“. Този извод се потвърждава и от изследване,

³⁶ Пак там, с.2.

проведено от Ernst & Young³⁷, проведено на базата на 709 сделки, според което едва 30% от платената цена на придобиване е разпределена към разграничими материални активи, 23% - към разграничими нематериални активи и цели 47% са отчетени като репутация, което на практика означава, че 70% от цената на придобиване е разпределена към нематериални активи и потвърждава нашата теза, че именно те са в основата на мотивите за реализиране на значителна част от сделките по сливане и придобиване в световен мащаб. Въпреки това считаме, че **наличието на разлика между счетоводната и пазарната стойност на капитала на едно предприятие не означава, че цялата тази разлика може да се определи като репутация**, тъй като често върху пазарните цени на акциите могат да е оказват влияние различни ирационални фактори.

От своя страна Henning и др.³⁸ разглеждат репутацията от гледна точка на счетоводното ѝ регламентиране като придобита в резултат на бизнескомбинация и считат, че тя се състои от отделни компоненти като може да бъде разделена на четири такива:

- а) преоценена репутация – представлява преоценка на активите на придобиваното предприятие до техните пазарни цени;
- б) репутация на действащото предприятие – стойността на придобиваното предприятие като действащо самостоятелно;
- в) репутация от синергия (комбинационна репутация) – това е стойността на синергията в резултат на сделката;
- г) остатъчна репутация – всяко надценяване на възнаграждението (плащането) за придобиваното предприятие.

Тези четири компонента на репутацията следва да бъдат идентифицирани при всяка сделка, при която такава възниква и всъщност

³⁷ Ernst & Young, Acquisition Accounting: What's Next for You. Aglobalsurveyofpurchasepriceallocationpractices, February 2009. Available from: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Allokering_av_merverdier_ved_oppkj%C3%B8p.\\$FILE/TAS_Acquisition_accounting_Whats_next_for_you.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Allokering_av_merverdier_ved_oppkj%C3%B8p.$FILE/TAS_Acquisition_accounting_Whats_next_for_you.pdf), видяна на 10.04.2017.

³⁸ Henning, S.L. & Shaw, W.H. , Is the Selection of the Amortization Period for Goodwill a Strategic Choice?, Review of Quantitative Finance and Accounting, 2003, Volume 20, Issue 4, pp 315–333 /Цит по: Lycklama a Nijeholt, M., etc., Goodwill Measuring Value Creation of Acquisitions: An Empirical Research, Discussion paper Series 12-21, Utrecht School of Economics, p.3.

всеки от тези четири компонента считаме, че показва една много важна характеристика на репутацията – тя не може да бъде отделена от бизнеса, не може да бъде продадена отделно от него, тъй като тя се асоциира с този бизнес. Подобно на нашето виждане споделя Johnson като обобщава, че „ако може да продадете онова, което наричате репутация, то тогава това е нещо различно от репутацията. Това може да са определени договорни права, клиентски листи, дистрибуционни канали или различни неща, които могат и трябва да бъдат класифицирани по отделно вместо да бъдат включвани в стойността на репутацията“.³⁹

Както стана ясно теорията, която свързва репутацията с очакваните допълнителни печалби, които придобиващият очаква да получи в бъдеще в резултат на придобиването, намира своето обяснение в наличието на т.нар. непризнати активи, които носят определени изгоди на бизнеса. Освен с наличието на такива активи, които по отделно не са и не биха могли да бъдат признати съществува виждане, че допълнителните печалби произтичат от наличието на синергичен ефект при комбинирането на предприятията. Именно чрез този ефект и посредством икономии от мащаба, трансфера на технически и управленски умения, ноу-хау и т.н., които се разглеждат като източници на допълнителни печалби, може да считаме, че се прави логично продължение, което някои наричат *икономическа концепция за репутацията*.⁴⁰ В тази връзка се използва и понятието „икономическа репутация“, която следва да се приема като изразител на онази част от пазарната стойност на една компания, която не може да бъде обяснена и измерена посредством разполагаемите ѝ активи.

През годините дефинициите за репутацията са търпели развитие като в голямата си част са се вписвали в икономическите характеристики на времето, в което са били излагани. В обобщение на изложените виждания за репутацията могат да бъдат оформени няколко подхода при нейното дефиниране:

- ✓ Репутацията като израз на очакваните бъдещи допълнителни печалби след бизнескомбинацията, които са резултат от нали-

³⁹ Johnson, J., Goodwill - an eternal controversy, The CPA Journal Online, April 1993 / <http://archives.cpajournal.com/old/14152806.htm>, видяна на 17.08.2016.

⁴⁰ Lycklama a Nijeholt, M., etc., Goodwill Measuring Value Creation of Acquisitions: An Empirical Research, Discussion paper Series 12-21, Utrecht School of Economics, p.3.

чието на неоценени счетоводно предимства. Казано по друг начин - плащането за репутацията всъщност представлява плащане за придобиване на определен набор от нематериални фактори, които водят до печалби и възвръщаемост над нормалните.

- ✓ Репутацията като разлика между глобалната пазарна стойност на едно предприятие и справедливата стойност на придобитите разграничими елементи като нетни активи. Този метод може да бъде определен като остатъчен и е предпочитан от професионалните финансови консултанти, защото е ясен и лесен за обяснение, но той също има основен недостатък, тъй като не предвижда специално внимание за т.нар. интелектуален капитал.
- ✓ Репутацията като сбор от компоненти, чиито стойности образуват нейната стойност. Този метод изглежда логичен, но неговият недостатък е, че игнорира взаимозависимостта между отделните компоненти на репутацията като по този начин е най-малко използваният метод на изчисление.

Независимо от обособяването им като отделни подходи общото между тях се състои в разбирането, че в основата на репутацията стоят определен комплекс от нематериални преимущества, които са съществуващи за даден бизнес или които биха могли да произтекат като следствие от проявата на синергичния ефект след бизнескомбинацията. Това ни дава основание да посочим, че е налице достатъчно подкрепа за теорията, че репутацията се състои от различни нематериални фактори, чието съществуване в предприятието е тясно свързано със способността му да генерира над средните печалби и възвръщаемост, както и че в процеса на придобиването на това предприятие, придобиващото предприятие е готово да заплати цена над справедливата стойност на нетните разграничими активи на придобитото предприятие и основанието за това плащане биха били именно тези нематериални фактори, които са израз на репутацията.

Анализирайки изложените до тук схващания може обосновано да се изведе заключението, че независимо дали разглеждаме репутацията от гл.г. на дохода, който създава или като остатъчна стойност, следва да разграничаваме три компонента, от които по принцип тя е изградена:

- *Първият* от тези компоненти е безспорно наличието на някакви активи, които са съществуващи и са част от даден работещ бизнес. Този компонент изразява в значителна степен идеята за т.нар. действащо предприятие (бизнес), върху което се гради репутацията. Наличието на тези активи и взаимодействието им с човешкия фактор (работници, мениджмънт и т.н.) в осъществявания бизнес са предпоставка за възникването на нематериална стойност.
- *Вторият компонент* е наличието на допълнителни доходи над нормалните, които съществуващите активи генерират. Този елемент се свързва с концепцията, че репутацията е част от цялостната (глобалната) стойност на предприятието и не би могла да се причисли нито само към нематериалните, нито единствено към разграничимите материални активи на предприятието.
- *Третият компонент* са очакванията за бъдещи събития, които не са част от настоящите операции (бизнес) на предприятието. Някои автори описват този компонент като „бъдещи очаквания за повече клиенти, пазарно разрастване, бъдещи сливания и придобивания и т.н.“⁴¹ В тази връзка може да се каже, че потенциалните инвеститори биха оценили репутацията, ако настоящата стойност на бъдещите очаквани събития има положителен характер.

В заключение може да се обобщи, че две от основните концепции за репутацията, а именно концепцията за „супер печалбите“ и концепцията за „остатъчната стойност“, които често се посочват като дефиниции за репутацията, не са насочени към определянето на същността на репутацията, а по-скоро описват методите за измерване и оценяване на репутацията. По наше виждане репутацията е нематериален актив, неотделим от бизнеса като цяло, представляващ различни нематериални фактори, допринасящи за капацитета на предприятието да реализира възвръщаемост, надвишаваща нормалната възвръщаемост от използваните активи, за които придобиващото предприятие е готово да плати сума над справедливата стойност на придобитите разграничими нетни активи. Тези нематериални фактори са различни за отделните

⁴¹ Reilly, R., Goodwill Valuation Approaches, Methods, and Procedures, Financial Advisory Services Insights, Spring 2015, p.11.

предприятия, но могат да включват елементи като висш управленски екип, хармонични трудови отношения, благоприятно местоположение, уникален производствен процес, добра бизнес репутация, установена клиентела, пазарен дял и т.н. Платената премия при придобиването е именно за тези нематериални фактори, които създават стойност, която не е докладвана във финансовите отчети. Тези нематериални фактори, които стоят в основата на репутацията, трудно могат да бъдат идентифицирани и ако това е възможно, не могат да бъдат оценени отделно.

1.2. Репутацията в българската специализирана литература.

Развитието на репутацията като счетоводна категория по нашите земи следва да бъде разглеждано паралелно с развитието на българската счетоводна наука в исторически план. Първата българска книга по счетоводство „Диплография или как ся държат търговски книги“ е издадена през 1850 г. в Цариград и както казва Спасов чрез нея „се слага началото на литературния период на нашата счетоводна терминология“.⁴² Значителна част от публикациите на наши автори от началото на 20 век се опират до представителите на френската и немската счетоводни школи, като част от издаваните книги са преводни от френски, немски или гръцки.⁴³ Периодът преди и непосредствено след Освобождението на България от турско робство е характерен с по-слабото икономическо развитие на страната и нейната изостаналост в икономическо отношение в сравнение с другите европейски страни. В годините след 1920 г. до 1945 г. у нас е публикувана значителен обем счетоводна литература – книги, учебници, помагала, посредством които, както отбелязва Филипова, през този период „се поставят солидните основи на българската счетоводна теория“.⁴⁴ Затова и първите споменавания на репутацията ще търсим в книгите на известните наши автори от този период.

⁴² Цит по Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, изд. Стено, Варна, 2012, с.69.

⁴³ Русев, Ив., Счетоводната и търговско-правната литература на Българското Възраждане, сп. Счетоводна политика, бр.1, 2/2006.

⁴⁴ Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, изд. Стено, Варна, 2012, с.69.

Един от най-изявените български учени по счетоводство в началото на 20 век е проф. Д. Добрев. В своята книга „Учение за балансите от счетоводно, стопанско и юридическо гледище и с оглед към прилагането на Закона за търговските книги“ от 1922 г. той говори за наличието освен на материални и на нематериални блага. Като такива са посочени: „клиентелата на едно предприятие, кредита (доверието – *бел. моя*), с който то се ползва и др.“⁴⁵ Освен това Добрев счита, че такива блага могат „да фигурират в баланса само до толкова, до колкото те могат да бъдат разменяеми срещу известна еквивалентна стойност“ и допълва, че „никой не ще посмее да постави в баланса си като актив напр. своята клиентела“. Следва да отбележим и сериозния скептицизъм, който се долавя, когато се говори за посочването на нематериалните блага в баланса на предприятието. В тях Добрев вижда „голямата опасност за верността на баланса, предвид възможността да се поставят „несъществуващи имуществва в актива“ и по този начин да се говори за т.нар. „фиктивен баланс“.

Следователно Добрев застъпва тезата, че може да съществуват определени нематериални преимущества за предприятието, които под една или друга форма изразяват репутацията, но не приема в състава на имуществото на предприятието да бъде записвана т.нар. вътрешно генерирана репутация, тъй като „е продукт на организацията и управлението на едно предприятие, без да е преминавала в владение... срещу определен еквивалент“. От изключителна важност за нас е разбирането на Добрев, че репутацията следва да се показва в баланса на предприятието само при сделка по придобиване. Това са случаите, при които „едно акционерно дружество откупува имуществото на предприятието по цена, която надвишава тази на отделните предмети“. В този случай авторът счита, че „разликата в цените се счита като еквивалент за всички юридически неуловими, но стопански съществуващи предимства, свързани с съществуването на едно организирано и функциониращо предприятие (клиентела, текущи сделки и пр.)“. Именно „тази разлика трябва да бъде формално изразена чрез отделна счетоводна сметка, а в баланса – в отделно активно перо“, казва Добрев и допълва,

⁴⁵ Добрев, Д., Учение за балансите от счетоводно, стопанско и юридическо гледище и с оглед към прилагането на Закона за търговските книги, Печатница на армейския военно-издателски фонд, София, с.54-55.

че по този начин няма да се „замедлява“ (намалява - *бел.моя*) действителната стойност на придобитото имущество.

Интерес за нас представлява развитието във вижданията на Добрев, което може да проследим в разширеното и допълнено издание на неговия труд от 1946 г. вече със заглавие „Теория и анализ на балансите“. Тук авторът вече разделя нематериалните блага на оргинерни и деривативни такива. Според него „оргинерните нематериални блага могат да бъдат всички творчески извоювани стопанско-организационни предимства на предприятието, които косвено оказват своето придобивно въздействие“. И посочва като такива: „доброто реноме, спечелената клиентела, придобитото естествено монополно положение, фабричната тайна и др.“, които допълва Добрев „в английската и североамериканската литература и практика изразяват с думата „Goodwill“ капитализираната свръхрента, като резултат от покачената рентабилност в следствие използването на идеални блага.“⁴⁶ Тук за първи път Добрев показва, че онова, за което той говори вече е обект на разглеждане в европейската счетоводна литература под термина „репутация“. За тези нематериални блага той казва, че дават на предприятието изгоди и предимства пред другите предприятия, но не следва да бъдат обект на „балансово активиране и капитализиране“, макар да представляват, по думите на Добрев, „съществен продуктивен и рентабилен фактор“. Отново той вижда реалната възможност за тяхната поява в имуществото „само при една фактическа реализация (при прехвърляне актива и пасива на предприятието върху друга фирма, при сливане и др.)“.⁴⁷ За развитието на идеите на Д. Добрев говорим не просто заради обема, който е отделен за нематериалните блага в книгата от 1922 г. и 24 години по-късно, а и заради възприемането на концепцията, че съществуващите блага представляват „продуктивен и рентабилен фактор“, т.е. те могат да носят доход, който е различен от дохода от признатите в баланса на предприятието активи. Това еволюиране не приемаме да е плод на случайността, а по-скоро го разглеждаме като резултат от развитието на възгледите на водещи автори в Западна Европа като Dicksee, Tillyard, Leake и др. и разпространението на тяхното влияние у нас през годините. Натрупаният опит, публикации, бурното развитие на бизнеса, преживяната Велика депресия, са само част от факторите, кои-

⁴⁶ Добрев, Д., Пак там, с.55.

⁴⁷ Добрев, Д., Теория и анализ на балансите, София, 1946, с.69.

то са натрупали онази бизнес практика, която е липсвала у нас по онова време.

Като надграждане на разбирането на Добрев за репутацията е виждането, че тя може да възникне при сделка, но вече тази сделка следва да съдържа в своя обхват „прехвърляне на актива и пасива на една фирма“, т.е. сделка с предприятието като цяло, от където пък може да кажем, че репутацията се разглежда от автора като функционален елемент на предприятието или както той самия го нарича на „придобивната му стойност“⁴⁸. Вниманието към нематериалните блага, обаче, следва да бъде повишено и следва да се изрази „в срока на тяхното амортизиране“, който „трябва да бъде сравнително много по-кратък, отколкото този за реалните постоянни имуществени части“.⁴⁹ По този начин Добрев става застъпник на тезата, че репутацията не може да бъде постоянен актив в баланса на предприятието и следва нейната стойност във времето да намалява при представянето ѝ в имуществото на предприятието. Именно чрез нематериалните блага, той счита, че могат да се прикриват загуби, когато „посочената им в баланса стойност не съответства на тяхното значение за предприятието“.⁵⁰

Друг виден представител на българската счетоводна школа Ф. Белмер, разглеждайки основното имущество говори за нематериални основни средства, към които причислява „доброто име и фирмената стойност.“⁵¹ Той посочва „фирмената стойност“ като един от основните елементи на „инвентаря“ (списъка на имуществото на предприятието – *бел. моя*) в колоната, описваща разполагаемите активи, в групата на нематериалните постоянни средства. Това означава, че Белмер определено приема, че фирмената стойност има дългосрочен характер за предприятието. В тази връзка той посочва, че стойността на нематериалните средства „по стабилитетни съображения не се разпределя за целия период, за който оказва влияние, а за по-кратък срок обикновено само за 3 до 5 години“.⁵² За това свое твърдение Белмер се позовава на чл.207 от тогавашния Търговски закон, според който „нематериалните

⁴⁸ Пак там, с. 69.

⁴⁹ Пак там, с. 69.

⁵⁰ Пак там, с. 95.

⁵¹ Белмер, Ф. *Обща теория на счетоводството* – част I, Варна, 1930, стр. 115-116.

⁵² Белмер, Ф., Пак там, с. 116.

блага не могат да фигурират в баланса на предприятието повече от 5 години“.⁵³

В дадената от В. Гериловски класификация на имуществото на предприятието е обособена отделна група за нематериалните постоянни средства на предприятието. Към тях Гериловски счита, че следва да се отнесат такива средства, които нямат материално съдържание, а представляват всевъзможни права и отношения, като клиентела патенти, организация и др.“.⁵⁴ И той, както и останалите автори от този период счита, че тези нематериални средства могат да намерят отражение в баланса доколкото „изразяват направените разноски за тяхното придобиване“.⁵⁵ Прави впечатление, че Гериловски не използва термина репутация, а говори за „клиентелата“ и „организацията“ като специфични нематериални активи на предприятието. Трябва да отбележим и факта, че Гериловски не допуска представянето в баланса на статии, изразяващи вътрешно генерирани активи, за които предприятието не е направило разноски по придобиването, които той нарича „възникнали от само себе си“ и посочва, че „макар да са от голямо значение за успеха на предприятието, тяхната оценка се явява невъзможна, а ако се извърши – би била чисто субективна“.⁵⁶ Поради тези причини считаме, че той също подкрепя тезата, че клиентелата и организацията могат да бъдат придобити в дадена сделка и само тогава ще получат качеството на актив и ще бъдат представени в баланса на придобиващото предприятие.

Важен момент в разсъжденията на Гериловски заема въпросът за промяната на стойността на нематериалните имущества. Той отбелязва, че „в някои случаи вместо да губят значението си за предприятието, с течение на времето го засилват“ и посочва като пример „клиентелата“. Теоретично, според него, ако не би могло тя „да се оценява с все по-нарастваща стойност, то би трябвало да запази поне тази, по която е придобита“.⁵⁷ Малко по-късно в своята книга, говорейки за амортизации-

⁵³ Белмер, Ф., Пак там, с. 116.

⁵⁴ Гериловски, В., Теория на счетоводството, Печатница „Войников“, Варна, 1937, с.14.

⁵⁵ Гериловски, В., Пак там, с. 14.

⁵⁶ Гериловски, В., Пак там, с. 59.

⁵⁷ Гериловски, В., Пак там, с. 63.

те, той споделя, че „равномерната амортизация е особено подходяща за нематериалните средства, за които не се правят никакви разноски за запазването им, нито пък са подложени на действително обезценяване, а с амортизирането им се цели само еднакво разпределение на направените за тях разноски за няколко операционни години“.⁵⁸

Друг автор, който отделя внимание на репутацията в своите произведения е И. Пандов. Разглеждайки имуществото на предприятието Пандов говори за „нематериални постоянни имущества“ по подобие на Белмер, но ги характеризира още като „въображаеми, имагинерни активи“.⁵⁹ Като елементи на нематериалните постоянни имущества Пандов посочва патентното право, издателското право и „сумата, която е заплатена в повече от действителната стойност на придобитото чисто имущество при откупуване на едно чуждо предприятие и която съставлява един вид компенсация за получената готова клиентела“.⁶⁰ Може би това е едно от най-доближаващите се до съвременното разбиране за същността на репутацията определение. Макар да не я нарича с термина „репутация“, Пандов ѝ придава същността на репутацията към онова време в европейските страни. Тя е представена като нещо съществуващо в бизнеса, който се придобива и което има стойност за придобиващия, която не е посочена в неговия баланс като част от чистото му имущество. Допълвайки виждането си Пандов също посочва, че в „инвентаря“ това перо се назовава „клиентела“ или „фирмена стойност“. Имайки предвид гореизложеното може да се посочи, че тази фирмена стойност не може да се появи в баланса просто така според усмотрението на собствениците, а е резултат от външна оценка, материализирана чрез сделка по придобиване на друго предприятие. Като основание за това е посочена буква „е“ от чл.6 на Закона за търговските книги, според който „нематериалните ценности (клиентела, патенти и др. придобити права) могат да фигурират в инвентаря, само ако за тяхното придобиване са изразходвани суми“.⁶¹

Пандов също приема, че нематериалните постоянни имущества

⁵⁸ Гериловски, В., Пак там, с. 207.

⁵⁹ Пандов, И., Основи и техника на счетоводството, Второ издание, София, 1945, с.32.

⁶⁰ Пандов, И., Пак там, с. 32.

⁶¹ Пандов, И., Пак там, с. 33.

по подобие на материалните следва да се амортизират като отбелязва, че „от теоретична гледна точка амортизацията на всяко отделно постоянно имущество следва да се разхвърля върху толкова години, колкото приблизително ще трае неговото оползотворяване“.⁶² Пандов осъзнава, че тази концепция е трудно да бъде реализирана поради елемента на несигурност при определянето на полезния срок, през който ще се използват нематериалните постоянни имущества, което е съвсем разбираемо за нас. Ако за част от тях може да съществуват нормативни и договорни ограничения в срока на ползване (патенти, издателски права, концесии и т.н.), то по отношение на фирмената стойност това е било изключително трудно. Ето защо у нас е въведена системата за амортизиране на тези придобити нематериални основни имущества за период до 5 години, както посочва Пандов.

При изясняване на въпросите за годишното приключване в акционерните дружества Г. Тошев обръща особено внимание на оценките на имуществата, по които те ще се представят в баланса на предприятието. Като специфична форма на нематериални ценности той посочва и „клиентелата“, за която заедно с другите нематериални ценности Тошев, също както и другите разгледани автори, посочва, че „следва да бъде представяна в инвентара само, ако за тяхното придобиване са изразходвани суми“.⁶³ Тук прави впечатление, че Тошев също не използва терминът репутация, а отново се спира на „клиентела“, характеризирайки на практика възможността за придобиването на определена нематериална ценност и освен това също се позовава на действащ нормативен акт от това време – чл.6 от Закона за търговските книги. Специфичен момент при оценката на нематериалните ценности, който Тошев описва, е обстоятелството, че „те подлежат също на обезценяване“⁶⁴, което пък от своя страна означава, че и той възприема схващането, че стойността на тази специфична група активи намалява с течение на времето. Като един от представителите на българската счетоводна мисъл, който често се позовава на немския опит, Тошев отбелязва една специфична норма на немския AktGes (Закон за дружествата или Тър-

⁶² Пандов, И., Пак там, с. 32.

⁶³ Тошев, Г., Счетоводство и баланси на акционерните дружества, Печатница „Художник“, София, 1942, с.53.

⁶⁴ Тошев, Г., Пак там, с.53.

говски закон), която да се използва и у нас. Тя се отнася до представянето в баланса на специфичното за нашите разбирания балансово перо “Goodwill”, което следва “да показва стойността на фирмата взета като цяло, тогава, когато платената за нея сума надминава стойността, която имуществата са имали в момента на изкупуването и то само разликата между тази стойности броевата сума”.⁶⁵ Тук Тошев за първи път, правейки паралел между установената у нас практика и тази в някои западно-европейски страни, говори за използването на термина „Goodwill” (репутация) като израз на платената в повече сума при придобиване на имуществото на едно предприятие. Самият факт, че такава разлика може да съществува означава, че стойността на предприятието през призмата на евентуалния купувач може да се различава от стойността на неговите активи и тази разлика би носила допълнителна стойност за придобиващия щом се предлага да бъде характеризирана като актив. Освен фактът, че признава съществуването на репутацията като такава, за нас от особено значение е обстоятелството, че Тошев, опирайки се отново на германския търговски закон, споделя виждането, възприето в Германия, че „така установеното перо в баланса трябва да се погасява чрез определени годишни обезценки *или* отнасяне на съответната сума по корективна сметка (за амортизации – *бел. и курсивът ми*).”⁶⁶ Тази идея за алтернативност в третирането на репутацията приемаме като израз на високата степен на трудност при определяне на полезните срокове за нейното амортизиране от една страна, и на нарастващата роля на консерватизма в Европа, свързана с възможността за корекции на стойността на репутацията, различни от амортизацията, с цел да се създадат по-точни правила за оценяване и да се представят по-достоверно специфичните елементи на имуществото на предприятието с нематериален характер.

Като обобщение може да кажем, че репутацията като понятие е позната в българската специализирана литература по счетоводство на нашата счетоводна практика до 1945 година. Тя се среща и в научно – специализираната литература по счетоводство до края на 40-те години като понятие, означаващо с различни термини, но с еднакво смислово съдържание, като основно терминът „репутация” е служел за изразя-

⁶⁵ Тошев, Г., Пак там, с.54.

⁶⁶ Тошев, Г., Пак там, с.53.

ване само на т.нар. положителна репутация. В този период от време, макар да липсва специален Закон за счетоводството, са налице различни нормативни актове, които регулират счетоводството и имат пряко отношение към въпросите на репутацията. Такива са Търговския закон и Закона за търговските книги, които внасят яснота по отношение на основните регламентации при представянето на финансовите отчети и дават насоки за конкретни процедури при оценката и представянето на нематериалните основни средства като част от имуществото на предприятията.

В периода след 1948 г. до края на 1990 г. понятието „репутация“ престава да се споменава в българската счетоводна литература. Социалистическият модел на счетоводна система не приема наличието на подобни „смушаващи“ пера в балансите, поради което те са елиминирани. За този период от икономическото развитие на България е характерен моделът на централизираната планова икономика. При него собствеността на всички средства за производство е съсредоточена единствено в държавата. В този период частната инициатива отсъства и характерът на икономическите отношения обуславя и промяната във формата на отчетността. Сливанията и придобиванията на практика отсъстват от стопанската практика на страната поради наличието на единна собственост и до колкото може да се говори за преобразуване на предприятията от това време, то всъщност се касае за преобразуване на предприятия в рамките на едно държавно стопанско обединение (ДСО) или под една „шапка“, които сполучливо са наречени от М. Велков „комбинационни преобразувания“.⁶⁷ Липсата на такива сделки е фактически обусловена от разбирането, че „средствата, предоставени на отделното предприятие за осъществяване на планираната му дейност, са част от социалистическите фондове на страната, са социалистическа собственост“⁶⁸, а от друга страна отсъствието на същински придобивания на предприятия е факторът, който предопределя и липсата на репутацията като елемент на счетоводните баланси по времето на социализма. Установената политическа система и социално-икономически

⁶⁷ Велков, М. Бизнескомбинациите - същност и проблеми на счетоводното им отчитане, сп. Данъчна практика, бр. 9, 1999, с. 61.

⁶⁸ Бойчев, Б., Тотев, Т., Спасов, Д., Обща теория на социалистическата счетоводна отчетност, ДИ Варна, 1964, с.94

отношения в страната водят до кардинална промяна в изграждането и функционирането на счетоводната система. За влиянието на идейно-политическата пропаганда върху счетоводството може да получим информация от публикуваните учебници по Обща теория на социалистическата отчетност от това време. Така например през 1964 г. Тотев, Бойчев и Спасов отбелязват, че „при социализма всички средства на отчетно обособеното звено и техните източници са реално съществуващи“ докато „в баланса на капиталистическото предприятие обаче се посочват (изхождайки пак от личните интереси) редица средства и източници на средства, които в действителност не съществуват, които са въображаеми, които са предполагаеми, които съществуват само за отделния капиталист, но не и за капиталистическото общество като цяло“.⁶⁹ Тук основно се визират онези средства на предприятието, които имат нематериален характер и най-вече „балансовите пера „Фирмено право“ и „Клиентела“. Тези две балансови статии, които както разгледахме в предходните години са били израз на концепцията за репутацията у нас, са заклеяени от социалистическата отчетност, тъй като произтичат от характера на капиталистическите отношения и „когато капиталистът примерно преотстъпва своето предприятие на друг капиталист, той търси да получи пари за фирменото си право и за клиентелата“ докато „за социалистическото общество те (фирменото право и клиентелата на ЦУМ, например – *бел. моя*) нямат стойностен израз и не могат да се изразяват в пари, макар, че имат голям стойностно значение за народното стопанство“.⁷⁰ Стига се до там да се твърди, че „балансите на капиталистическите отчетно обособени звена не отразяват действителността“, че „са изопачени“ и „чрез тях действителността се забулва, прикрива и т.н.“, поради което балансите, съставени от капиталистическите предприятия са наречени „забулени“, „воалирани“ и в много случаи „фалшифицирани“.⁷¹ Разбира се и в този период счетоводството продължава да бъде социалния феномен, който следва социално-икономическите и политически условия на времето, което още веднъж се потвърждава при разглеждането на въпросите за

⁶⁹ Бойчев, Б., Тотев, Т., Спасов, Д., Пак там, с.91.

⁷⁰ Бойчев, Б., Тотев, Т., Спасов, Д., Пак там, с.92.

⁷¹ Тотев, Т., Спасов, Д., Базлянков, М., Обща теория на социалистическата счетоводна отчетност, Книгоиздателство „Георги Бакалов“, Варна, 1978, с.140.

репутацията в нашата счетоводна теория.

В периода след 1990 г. настъпи нова промяна в икономическите отношения в страната ни, в резултат на която системата на централизирано планово стопанство бе отхвърлена и в страната бе установен модел на пазарна икономика. Тази промяна бе съпътствана с промяна в собствеността на множество предприятия, нарастване на частната бизнес инициатива, което създаде предпоставки да се говори отново за пазарна оценка на стойността на отделното предприятие, за сделки по сливане и придобиване и респективно до появата на репутацията като счетоводен обект в нашата счетоводна литература и стопанска практика. Въпреки това, много малко съвременни български автори са известни с публикации, посветени на репутацията като обект на счетоводството. Един от тези автори, който още от 1991 г. с нескрит интерес изучава полето на бизнескомбинациите и репутацията, е Ф. Филипова. Тя определя репутацията като „стойностен израз на преимуществата (или недостатъците) в дейността на едно предприятие, разглеждани от позициите на клиентелата”.⁷² Според Филипова репутацията е присъща за бизнес, който е работещ и е „нещото, което отличава един установен бизнес от този, който стартира“ и допълва, че „репутацията е нематериална, неразривно свързана с бизнеса, с предприятието, т.е. няма самостоятелно съществуване, трудно е да се определи стойността ѝ отделно от бизнеса“.⁷³ Разглежданият автор отбелязва, че посредством признаването на репутацията във финансовите отчети, „счетоводството успешно може да бъде в услуга на стопанската етика“, разглеждайки репутацията като оценка от клиентите на „достойното поведение на предприятията“. Макар да считаме, че в основата на мотивите за осъществяване на придобивания не винаги стои оценката на лоялността, а понякога чисто користни и алтруистични мотиви, считаме, че тезата на Филипова има основание на фона на информациите за оценките за пазарната стойност на предприятията, която в значителна степен се свързва с нематериалните им преимущества.⁷⁴ Няма как да не се

⁷² Филипова, Ф., Бомба в баланса или златно находище, Сп. „Икономика”, бр. 11, 1991 г., стр. 41

⁷³ Филипова, Ф., Хармонизация на счетоводството. Международни счетоводни стандарти, Стено, Варна, 2001, с. 83.

⁷⁴ От публикуваните данни за 2015 г. за размера на нематериалните активи, които

съгласим и с тезата на автора, че противоречивата природа на репутацията и поставянето на счетоводните правила в услуга на „големите играчи“ са част от основанията за наличието на различия в счетоводното регламентиране на отчитането на репутацията в световен мащаб. Важността на репутацията както за счетоводството като теория, така и за бизнеса, може да бъде описана със заглавието на една от публикациите на Филипова, посветена на този въпрос: „Бомба в баланса или златно находище“.⁷⁵

Сред първите автори, които в своята научна работа обръщат специално внимание на репутацията в периода след 1990 г., е П. Захариев. Той дава малко по-различен поглед, тъй като неговият интерес е насочен към изследване на счетоводната трактовка на репутацията от гл.т. на формирането на пазарната оценка на предприятието. В съвсем общ план Захариев определя репутацията като „комплекс от фактори и условия, определящи специфичната икономическа среда, в която е потопена отчетната единица“⁷⁶. Той поставя разграничителна линия между „създадената“ и „купената“ репутация макар да счита, че и двата вида могат да бъдат дефинирани като „настоящата дисконтирана стойност на капитализираната очаквана печалба, получена в повече през времето, отколкото придобитата в следствие на инвестиции в други активи“.⁷⁷ Независимо от това Захариев правилно отбелязва, че едва когато ценността на вътрешната репутация „може да се измери, оцени и изрази с число“ тя може да се включи и във финансовия отчет на предприятието. Това разбиране на Захариев му дава основание да обобщи, че ценността на едно предприятие, наред с традиционните, се основава на различни нематериални фактори, сред които той посочва отличното ръководство, високото качество на продуктите и услугите, корект-

формират стойността на публичните компании, формиращи индекса S&P, според които 87% от стойността на компаниите се дължи на нематериалните активи // Официална интернет страница на Ocean Tomo, LLC, the Intellectual Capital Merchant Banc™ firm, <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>, видяна на 10.10.2016 г.

⁷⁵ Филипова, Ф., Бомба в баланса или златно находище, Сп. “Икономика”, бр. 11, 1991 г.

⁷⁶ Захариев, П., Счетоводната трактовка на репутацията при формиране пазарната оценка на фирмата, Български счетоводител, 9-10, 1991, с.13.

⁷⁷ Захариев, П., Цит. Съч., с 15.

ни отношения с контрагентите, удобното разположение и др. Авторът приема, че ако „всички тези фактори рефлектират върху чистата печалба и тя надхвърля получената при нормален бизнес, това показва, че за фирмата и потенциалните ѝ купувачи репутацията е ценност“⁷⁸, с което дава своя принос по отношение на репутацията.

Според Ж. Бонев, „за да се обяснят сериозните дебати в световен мащаб по отношение на търговската репутация, първо трябва да се отговори на въпроса „Какво представлява репутацията?“⁷⁹ Той приема, че „положителната търговска репутация е актив, но с особен характер. Касае се за сбор от качества, от които се очаква икономическа изгода, но които не са индивидуално разграничими, тъй като включват и персонал, и реноме, потребителско търсене и т.н.“⁸⁰ Това дава основание на Ж. Бонев да счита, че „положителната репутация представлява плащане за очаквани бъдещи изгоди“ и това е причината тя да се третира като „дълготраен актив с особен характер“. Освен това Бонев счита, че „репутацията е плащане от страна на придобиващия над стойността на придобитото с мотив, че очакваните бъдещи икономически изгоди ще компенсират този разход“.⁸¹ Интерес представлява продължението на разсъжденията за репутацията, където Бонев разглежда начините, по които може да се прояви бъдещата икономическа изгода. Според него това може да стане по два начина: като синергизъм между придобитите разграничими активи *или* от активи, които поотделно не отговарят на изискванията за признаването им, но за които придобиващият е готов да заплати. Тази постановка на пръв поглед изглежда логична, но трудно бихме могли да я приемем в чист вид, тъй като считаме, че не е достатъчно придобиващото предприятие да получи след бизнескомбинацията определен комплекс от нематериални предимства, за да говорим за наличието на репутация. Ако този комплекс няма да носи изгода на придобиващия или ако той не успее да интегрира придобитите преимущества към съществуващия бизнес, то тогава очакваната икономическа изгода няма да се реализира.

⁷⁸ Пак там, с. 14-15.

⁷⁹ Бонев, Ж., Дочев, Ив., Бизнескомбинации – счетоводни данъчни и правни аспекти, ФорКом, 1999, с. 27.

⁸⁰ Бонев, Ж., Дочев, Ив., Пак там, с.27.

⁸¹ Бонев, Ж. и Дочев, Ив., Пак там, с. 50

За положителната репутация Н. Градев пише, че тя е „стойностен израз на доброто име (имиджа, реномето), конкурентоспособността, натрупания опит, изгодното месторазположение на предприятието, на положителното отношение на неговата клиентела към дейността му и пр.“.⁸² Позволяваме си да разгледаме виждането на Градев, тъй като то много напомня на тезата, застъпвана от редица европейски автори, че репутацията е израз на определен набор от нематериални предимства, които остават извън обсега на традиционното счетоводно отчитане. Независимо, че говори за наличието на такива предимства, чиито изразител се явява репутацията, Градев също е на мнение, че „тя се измерва, оценява и признава при придобиване на цяло предприятие“⁸³, което за нас означава, че авторът приема, че именно поради тези предимства даден бизнес има възможността да печели повече от обичайно генерираните печалби от останалите предприятия.

В разсъжденията си относно репутацията Н. Орешаров по-скоро изяснява същността на репутацията чрез начина за нейното измерване. Така той внася свое разбиране за репутацията макар в основата на разсъжденията му да стои теорията за синергизма. Разбирането на Орешаров се основава на тезата, че репутацията не бива да се изчислява като разлика между цената на придобиване и справедливата стойност на придобитите разграничими нетни активи на придобиваното предприятие. Според него следва да бъде извършена оценка на придобиваното предприятие като цяло и „разликата между справедливата стойност на нетните активи и стойността на придобиваното предприятие като цяло показва с колко финансовата оценка на същото като една функционираща имуществена съвкупност е по-голяма от аритметичната сума на стойностите на отделните елементи, съставляващи тази съвкупност“.⁸⁴ Орешаров счита, че тази разлика е изразител на способността на определена правна и фактическа съвкупност от права и задължения да формира една увеличена, по-голяма стойност, поради което счита, че така описаната разлика представлява именно репутацията.

⁸² Градев, Н., *Обща теория на счетоводството*, Варна, 2000, с. 60.

⁸³ Градев, Н., *Пак там*, с. 60.

⁸⁴ Орешаров, Н., Някои възможности за подобряване на счетоводно-информационното осигуряване на управлението при преобразуване чрез вливане или сливане на търговски дружества, *Български счетоводител*, бр. 10, 2006, с.12.

Един от авторите, които приемат капитализирането на репутацията и посочването ѝ като актив в баланса е Св. Стефанов. Той счита, че „подобен вариант на счетоводно третиране на положителната търговска репутация е в пълно съответствие с икономическата и счетоводната логика, тъй като придобивайки дадено предприятие инвеститорът очаква да реализира икономическа изгода“.⁸⁵ Доразвивайки тезата си Стефанов посочва, че „положителната репутация е израз на предимствата, които той ще получи в резултат на сделката“, което пък според него е основание да се твърди, че икономическата изгода не намалява за придобиващия и възникващата репутация не съответства на разбирането за разход в счетоводството.

В публикациите на други български автори, посветени на бизнескомбинациите, също се споменава репутацията, но без задълбочено да се изследва нейната същност, като просто се приема, че тя отговаря на определението, дадено за нея в приложимите счетоводни стандарти и от тази позиция последователно се изяснява начина за нейното признаване и счетоводно представяне във финансовите отчети на предприятията.⁸⁶

Обективният анализ ни задължава да посочим, че в нашата специализирана литература съществуват и критични мнения по отношение на признаването на репутацията като част от имуществото на предприятието. Така например А. Свраков счита, че „репутацията няма как да покрие критериите за актив“ като определя извършените последни промени в нейното счетоводно третиране като неамортизируем актив за „странни“.⁸⁷ Разбирането за репутацията, според Свраков, се „люшка в широки граници“, което прави счетоводното ѝ третиране толкова различно през годините. Споровете относно същността на репутацията

⁸⁵ Стефанов, Св., Относно счетоводното отчитане на приватизационните сделки, сп. Известия, бр.4, 2000, с.83.

⁸⁶ Вж. Крумова, Д., Отчетни аспекти на бизнескомбинациите, , Годишник на СА „Д.А. Ценов“, Свищов, 2002, с.298-299; Костов, Б., Георгиев, Т., Преобразуване на търговските дружества, сп. Наръчник на икономиста, бр.9, 2008, Изд. Плутон-1, Пловдив; Златков, Ив., Обезценка на положителна репутация, придобита при бизнескомбинация, сп. Счетоводство XXI, април 2009, с. 2-4.; Трифонов, Тр., Бизнес комбинации и консолидации на финансови отчети, Тракия-М, София, 2004, с.26.

⁸⁷ Свраков. Ант., Размисли за счетоводството в минало и настояще време, ИК „Труд и право“, София, 2014, с.233.

и начините за нейното счетоводно отчитане той отдава на различията между „разбиранията на двете основни счетоводни школи“, от които обаче бизнесът често е единственият ошетен, тъй като той има нужда от решения, а не от спорове.

В лицето на В. Вечев концепцията за признаването на репутацията като актив във финансовите отчети също среща съпротива. Разглеждайки банковите бизнескомбинации той твърди, че разликата между платената цена на придобиване и стойността на придобитите разграничими нетни активи и поети пасиви не следва да се представя като репутация, тъй като не отговаря на критериите за актив. Според него „логически по-издържано е признаването на този вид разлики... да става в печалбата и загубата, т.е. като разход“.⁸⁸ Основание за това си виждане Вечев търси в дефиницията за разход, дадена в Общите положения за изготвяне на финансовите отчети като аргументира, че „частта от плащането която превишава стойността на нетните активи е с характер на изходящ паричен поток, което по същество представлява намаление на актив (парични средства) и може да се признае за разход“.⁸⁹ Освен това Вечев счита, че налагането на „посочен срок на амортизацията“ (според предишните версии на стандарта за отчитане на бизнескомбинациите) води до „проява на субективизъм“ от страна на ръководството. Затова той предлага посоченият от него „разход да се трансформира на систематична база“ като това да става на основата „на максималните срокове на придобитите актив и поетите пасиви“.⁹⁰ Нашите аргументи по въпроса дали репутацията покрива критериите да бъде актив, ще бъдат изложени в следващия параграф, но краткият отговор определено е положителен. Виждането, че репутацията следва да се приема като разход не изглежда нелогично още повече на фона на аналогичното третиране на обратният вариант на разлика - при възникване на т.нар. печалба от изгодна покупка (или както до скоро се наричаше – отрицателна репутация), но тук според нас следва аргументирано да се обоснове защо и поради какви причини разумен бизнесмен би платил

⁸⁸ Вечев, В., Счетоводно интерпретиране на банковите бизнес комбинации, Сборник с доклади от научна конференция „Качество и полезност на счетоводната информация“, Изд. „Наука и икономика“, Варна, 2012, с.190.

⁸⁹ Вечев, В., Пак там, с. 190-191.

⁹⁰ Вечев, В., Пак там, с. 191.

съвсем доброволно дадена сума, която значително превишава справедливите оценки на придобитото от него под формата на отделни съществуващи нетни активи. Според нас единственият разумен аргумент в случая следва да се търси в оценката на икономическия потенциал на придобитото предприятие под формата на не представени счетоводно преимущества с определено нематериален характер, които обаче имат значение за неговата цялостна оценка като действащ бизнес.

Макар да не претендираме за абсолютна изчерпателност по отношение на обхвата на разгледаните автори може да кажем, че в българската специализирана литература по счетоводство репутацията винаги е намирала своето място. Още в зората на литературния период на репутацията (1910-1920 г.), следвайки публикациите на видни европейски автори по темата, нашите учени са се опитвали да придадат и местно звучене на този въпрос. В началото, за разлика от западно-европейските автори, у нас не е използван термина „репутация“, но смисълът, който се придава на използваните заместващи понятия е същият. Може да се каже, че българските автори от началото на 20-те до средата на 40-те години на 20 век са били по-предпазливи при капитализирането и оценяването на различните нематериални преимущества на предприятието за разлика от западно-европейските и американските си колеги. Премахвайки през годините на социализма, където репутацията е заклеймена като перо в баланса, което пък е следствие от наложения модел на собственост и икономически отношения, в наши дни интересът към темата отново е на дневен ред и присъства в публикациите на отделни автори.

Изложените виждания по отношение на репутацията у нас много точно се вписват в периодизацията в развитието на счетоводството в България, изградена от Свраков.⁹¹ На базата на разгледаните особености във вижданията на българските автори считаме, че по отношение

⁹¹ Свраков обособява три етапа в развитието на счетоводството в България:

- 1-ви етап: от края на 19 в. до 40-те г. на 20 век, който той нарича европейски модел на развитие;
- 2-ри етап: до началото на 1991 г., който е наречен – социалистически или съветски модел;
- 3-ти етап: до наши дни, който е наречен еkleктичен модел. / Вж. Свраков. А., Размисли за счетоводството в минало и настояще време, ИК „Труд и право“, София, 2014, с.130

на развитието на вижданията за репутацията у нас също бихме могли да обособим три отделни периода, а именно:

- Периода от първите години на 20 в. до края на 40-те години на 20 в. – това е периодът, в който вижданията на българските учени по счетоводство са в унисон с европейското разбиране за репутацията. Те приемат нейното съществуване, макар и не всички да използват думата „репутация“ като посочват, че възникването ѝ може да бъде оценено само при сделка с предприятието;
- От края на 40-те години до началото на 90-те години на 20 век – този период се характеризира с наложения социалистически модел на отчетност, отговарящ на създадения модел на социално – икономически отношения в страната. Репутацията не присъства като перо в социалистическите баланси;
- От началото на 90-те години на 20 век до наши дни – това е т.нар. от нас „съвременен период“ в развитието на репутацията. Той е характерен и с появата на първите писани счетоводни правила, залегнали в счетоводните стандарти, по отношение на бизнескомбинациите и репутацията, които са обект на разглеждане в следващите параграфи.

1.3. Вътрешно-създадената репутация – нормативно регламентиране, подходи и проблеми при дефинирането и измерването ѝ.

В резултат на извършения преглед на специализираната литература по отношение на репутацията може да се установи, че в зората на първите публикации по темата, авторите разглеждат предимно вътрешно генерираната репутация, която обаче не е обект на счетоводно отчитане освен ако няма сделка с предприятието като цяло, чрез която да бъдат трансферирани всички натрупани нематериални преимущества на съществуващия бизнес към неговия приобретател.

Според George T. Walker ценността на вътрешно създадената репутация като ресурс за предприятието се осъзнава дори от счетоводителите, макар да не бъде признавана във финансовите отчети. Walker казва, че „те са напълно наясно с факта, че репутацията, създадена от предприятието, е също толкова ценна - и в повечето случаи по-ценна

за това предприятие, отколкото за друго предприятие, което може да направи конкретна покупка и да придобие тази репутация“.⁹² Въпреки това Walker поддържа тезата, че е „ненужно, нецелесъобразно и объркващо да се признае вътрешно създадената репутация в счетоводните сметки“.

Допълвайки тезата за важността на вътрешно създадената репутация Lycklama à Ninjeholt, Grift и Blommaert⁹³ я разглеждат като измерител на създадената от предприятието стойност, позовавайки се на теорията за производителността, която се свързва с неокласическата икономическа школа. Според тази теория се приема, че създаването на стойността се дължи на оперативната и финансова синергия и добрия мениджмънт на предприятието.

Според Casta, Paugam и Stlowy⁹⁴ вътрешно генерираната репутация може да се разглежда като обобщен резултат от взаимодействащите в предприятието активи. Те приемат, че вътрешно генерираната репутация представлява добавъчната стойност на дадено предприятие спрямо сумата от справедливите стойности на отделните му идентифицируеми активи, т.е. те поставят акцента върху взаимодействието на отделните активи, организирани в конкретното предприятие и осигуряващи възникването на т.нар. „синергичен ефект“.

Цялостен поглед върху репутацията представя и Zanoni⁹⁵, който счита, че макар да не намира отражение във финансовите отчети вътрешната репутация, или както той още я нарича „репутацията на функциониращото предприятие“, става все по-релевантна, защото произходът на стойността, създадена от фирмите, постепенно се

⁹² Walker, G. T., Nonpurchased Goodwill, *The Accounting Review*, Vol. 13, No. 3 (Sep., 1938), pp. 253-259, Available from: <http://www.jstor.org/stable/238928>, видяна на 14.06.2016.

⁹³ Lycklama à Ninjeholt, M.P., Grift, Y.K., Blommaert, J.M., Goodwill measuring value creation of acquisitions: an empirical research, Tjalling C. Koopmans Research Institute, Discussion paper series nr: 12-21.

⁹⁴ Casta, J-F., Paugam, L., Stlowy, H., Non-additivity in accounting valuation: Internally generated goodwill as an aggregation of interacting assets. *European Accounting Association (EAA) 2011 annual meeting*, Apr 2011, Rome-Siena, Italy. Financial reporting session, 2011. <halshs-00541525v3>

⁹⁵ Zanoni, B., *Accounting for Goodwill*, Routledge Taylor and Francis Group, New York, London, 2009, p.1; pp. 16-17.

премества към икономическите явления от нематериалното естество и именно репутацията е синтез, понякога двусмислен и често много променлив, на такива нематериални явления. В структурно и съдържателно отношение се опитва да намери допирните точки между двата основни вида репутация като счита, че репутацията, придобита в резултат на бизнескомбинация, в допълнение към вътрешно генерираната репутация, може да съдържа следните компоненти:

1. разликата между справедливата стойност на придобитите нетни активи и балансовата стойност, дължаща се или на счетоводната грешка на дружеството, която е придобита, или на консервативната тенденция на счетоводните стандарти при признаването на вътрешно генерирани нематериални активи;
2. справедлива стойност на нематериалните активи, които не са признати в баланса на придобитите дружества;

В същото време въпросът относно счетоводното признаване и оповестяване на вътрешно създадената репутация придобива значителна актуалност в съвременните условия на развитие на пазарите. В редица публикации на нея се възлагат част от „надеждите“ за обяснението на структурата на пазарната стойност на публичните предприятия, която според последните изследвания се дължи в по-голяма степен на стойността на неразграничимите нематериални активи, отколкото на материалните. Въпреки това, по отношение на вътрешно създадената репутация няма счетоводен стандарт за регулация, което според Камбурова е ясно проявление на „асиметрията на забраната за счетоводно отчитане на вътрешно създадената репутация, от една страна, и много силно структурирания метод на счетоводното отчитане, който е задължителен за външно създадената репутация, от друга страна...макар на практика двата вида репутация да са неразличими по отношение на способността им да генерират потоци от приходи“.⁹⁶

В защита на тезата за необходимост от отчитане на вътрешно създадената репутация Камбурова стига още по-далеч като заявява, че „не е научнообоснована тезата, че щом не може да се измери прецизно един реално функциониращ актив, той няма да се признава, отчита

⁹⁶ Камбурова, Л., Репутацията на предприятието като обект на счетоводството – проблеми на признаване, отчитане и оповестяване, Дисертационен труд за придобиване на ОНС „Доктор“, София, 2014, с.50.

и оповестява от финансово-счетоводната система и управлението и собствениците ще останат в неведение за него“.⁹⁷ По отношение на наличието на непризнат потенциал в предприятията, който определено генерира стойност считаме, че вижданията на Камбурова заслужават подкрепа, тъй като по същество съвпадат с изложените от нас аргументи. Въпреки това не може да приемем тезата, че целият този потенциал би следвало да се отрази счетоводно като репутация, тъй като в много случаи се касае за друга форма на нематериални активи, които биха били признати, ако не бяха вътрешно създадени. Считаме, че в тази посока авторът следва да доразвие идеите си като предложи вариант, според който историческата цена да бъде приложена върху този счетоводен обект – вътрешно създадена репутация. Друг вариант на решение според нас би намерил реализация в създаването на допълнителна информация за този обект на имуществото без традиционното обособяване в отделна счетоводна сметка.

От своя страна обаче, вътрешно генерираната репутация представлява по същество преимущество на предприятието, което е заработвано през годините и позволява да бъдат постигнати определени конкурентни предимства. От формална гледна точка, този вид репутация не може да бъде открит в баланса на предприятието като обичаен актив, но постоянно се оценява от пазара и намира своето отражение в пазарната цена на акциите на предприятието. По такъв начин, придобивайки акции на дадено предприятие, всеки инвеститор плаща и за неговата репутация. Затова в редица публикации се възприема тезата, че вътрешната репутация теоретично би могла да се определи за всяко предприятие, като повече или по-малко обективен резултат може да бъде получен само по отношение на предприятия, които продават своите ценни книжа на фондовия пазар. За тази цел се използват данните от ликвидационния баланс, съставен при условията на фиктивна ликвидация, а репутацията в случая ще бъде равна на разликата между сумата на пазарната капитализация на предприятието и величината на чистите му активи, оценени по пазарна стойност. Ако получената разлика е положителна, това би означавало, че пазарът оценява предприятието по-високо отколкото чистата сума на активите му, т.е. това

⁹⁷ Камбурова, Л., Цит. съч., с. 57.

предприятие притежава някои формално неотчетени активи, в ролята на които встъпва понятието „положителна репутация”.

Невъзможността за пълно счетоводно представяне на онези страни на бизнеса, които генерират икономически изгоди в хода на дейността му, но са останали счетоводно неуловими (персонал, клиентела, добро име сред бизнес партньорите, висок пазарен дял и т.н.), е довела до формирането на специализирани бизнеси, които се занимават в откриването и анализа на предприятия с недооценени активи и тяхното придобиване, т.нар. „райдъри”. Едно от най-ярките изказвания за кредитото на райдърите е направено от един от топ-мениджърите на „Goodyear” R.Mercer: „Дайте ми вашите недооценени активи, вашите технологични достижения, изследвания и разработки, надеждите и стремежа на вашите работници, вашите връзки с потребителите... и аз ще се обогатя сам и ще обогатя тези, които ми гарантират тази сделка”.⁹⁸ Следва да подчертаем, че вътрешната репутация не може да възникне моментално сама по себе си например от желанието на ръководството да оцени репутацията на предприятието и да я пренесе в баланса на това предприятие. Както изяснихме, тази репутация може да получи своето представяне само в резултат на осъществена бизнескомбинация. Въпреки това, за предприятията, които котират своите акции на капиталовите пазари, периодичната оценка на вътрешната репутация безспорно е полезна, в това число и като „профилактично средство”⁹⁹, използвано в ролята на своеобразен индикатор за опасността от възможни враждебни придобивания. Основният въпрос, който се поставя, е дали посредством историческата оценка може изобщо да бъде оценена репутацията, която се създава в предприятието предвид факта, че тя се създава в течение на времето и поради това нейната стойност постоянно се изменя и уточнява. И на второ място – разходите, свързани с нейното създаване, практически не биха могли да бъдат надеждно измерени и установени. Тези аргументи налагат търсенето на алтернативи за установяването на величината на репутацията, като според един от подходите тя се оценява като дискон-

⁹⁸ Цит. по Jensen, M., *Eclipse of the Public Corporation*, Harvard Business Review, September-October Issue, 1989, Available from: <https://hbr.org/1989/09/eclipse-of-the-public-corporation>, видяна на 10.07.2017.

⁹⁹ Ковалёв, В., Ковалёв, Вит., *Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности*, Москва, Проспект, 2005.

тираната стойност на превишението на очакваните доходи на предприятието над средните доходи за отрасъла.

По наше виждане един от подходите, който има високо познавателно значение при анализа на репутацията и който може да се използва както като индикатор за наличието ѝ, така и „като индикатор за инвестиционната привлекателност на предприятието“¹⁰⁰ се явява т.нар. Q-отношение или както още е известно Коефициента на Тобин¹⁰¹. Той показва отношението между пазарната капитализация на предприятието и пазарната стойност на нетните му активи, а именно:

$$q = \frac{PV_{pc}}{PV_{na}}$$

Където: PV_{pc} – пазарна капитализация на предприятието
 PV_{na} – пазарна стойност на нетните активи на предприятието

Според Metrick - един от основните изследователи на идеите на James Tobin - „използването на съотношението е толкова повсеместно, че много икономисти не могат да назоват оригиналните документи, откъдето то всъщност идва....но големият обем на информацията, съдържаща се в това просто съотношение, позволи появата на огромна и все по-нарастваща литература в областта на макроикономиката и финансите, като всичко това с „q“ отношението на Тобин като ключова мярка за оценка“.¹⁰²

Ролята на коефициента на Тобин е отбелязана и от Димитрова¹⁰³,

¹⁰⁰ Атанасов, Ат., Репутацията в системата от критерии за оценка на инвестиционната привлекателност на предприятието, Управление и устойчиво развитие, ЛТУ, София, 24 (3-4), 2009, с. 158-163.

¹⁰¹ Tobin, J., A General Equilibrium Approach To Monetary Theory, Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 1, No. 1 (Feb., 1969), pp. 15-29, Available from: <http://www.jstor.org/stable/1991374>, видяна на 20.07.2017.

¹⁰² Metrick, A., International Encyclopedia Of The Social Sciences, 2nd Edition, Tobin James (1918-2002), pp. 378 – 379. Available from: <http://faculty.som.yale.edu/andrewmetrick/documents/jamestobinpublished.pdf>, видяна на 15.07.2017.

¹⁰³ Димитрова, Р., *Интелектуалният капитал, балансираната система от показатели и добавената стойност в компанията*, „Икономика на знанието - възможности и предизвикателства пред висшето образование“ Научна конференция с международно участие, 13-15 юни 2008, Бургас, Сборник доклади, Бургаски свободен университет, Бургас, с. 278-286.

според която през последните години разривът между балансовата стойност на публичните компании и стойността, за която ги оценяват инвеститорите съществено се увеличава и като измерител на този разрив може да се използва Q отношението на Тобин. Според нея „този показател отразява всички компоненти на стойността, които не са отразени в счетоводния отчет. Наред с такива разнообразни фактори като прогнозируеми бъдещи доходи, опасения на брокерите, мнения на експертите и дефекти на пазара, той косвено отчита и нематериалните активи, най-често наричани „интелектуален капитал”¹⁰⁴.

Обективно погледнато, за да може да се говори за успешно функциониране на предприятието, то следва числителят да превишава знаменателя във формула (3), т.е. колкото по-голям от единица е коефициентът на Тобин, толкова по-добри са пазарните перспективи за едно предприятие. Безспорно е, че положителното отклонение невинаги следва да се приписва единствено на репутацията като вид актив, който е „заработен” и генериран от предприятието в миналото. В това отклонение намират проявление и други фактори като: изгодно инвестиране точно в този вид бизнес, изменения в пазарната конюнктура в полза на конкретното предприятие и т.н. Друга интерпретация на подобни стойности на коефициента на Тобин над единица и неговата позитивна динамика в немалка степен могат да се разглеждат като своеобразна оценка на неоценените във финансовия отчет нематериални преимущества или т.нар. вътрешна репутация.

И докато коефициентът на Тобин е базиран само върху пазарни оценки, то един много разпространен показател - коефициентът Пазарна цена / Балансова (счетоводна) стойност (Market-to-book ratio) използва данни от финансовите отчети на предприятието и при неговото изчисляване се използва балансовата стойност на активите. Този коефициент обаче може да се използва като изключително полезен индикатор за илюстриране на разрива, който се получава между оценката, дадена на капиталовите пазари за ценните книжа на предприятието и тяхната счетоводна стойност. Колкото по-високо е значението на това съотношение, толкова повече недооценени елементи на имуществото присъстват във финансовите отчети. Предимството при използването

¹⁰⁴ Пак там, с. 278-286.

на двата коефициента според нас следва да се търси във факта, че при липсата на нови непризнати и оценени активи, то следва да се направи заключението, че присъстващите обекти във финансовия отчет не са получили своята адекватна счетоводна оценка.

По отношение на регламентирането на вътрешно генерираната репутация в приложимия МСС 38 – *Нематериални активи* въпросът е намерил категорична регламентация в текста на пар. 48 - 50 като е посочено, че вътрешно създадената положителна репутация не трябва да се признава като актив, като основен мотив за това е че тя не покрива основните изисквания на дефиницията в приложимите стандарти. Изрично е посочено, че съществуват случаи, при които за създаването на бъдещи икономически ползи се извършват разходи, но това не води до създаване на нематериален актив, който да отговаря на критериите за признаване в стандарта. Именно тези разходи са приемани като допринасящи за вътрешно създадената положителна репутация както в теоретичен аспект, така и от IASB. Можем да посочим редица такива разходи като например:

- ✓ Разходите за проучване на пазара и придобитите в резултат на това пазарни и технически познания, които могат да имат като резултат бъдещи икономически ползи;
- ✓ Разходите за формиране и обучение на екип от опитни служители, които са в основата на увеличаващите се умения на персонала, водещи до бъдещи икономически ползи от обучението. Предприятието може също да очаква, че персоналят ще продължи да предоставя своите умения на предприятието.
- ✓ Мениджърските способности на персонала и талантът на служителите;
- ✓ Масата от клиенти и завоюваните пазарни дялове, които произтичат от установените отношения с клиентите при липсата на законови права за защита или сделки за размяна на същите и т.н.

Всички посочени до тук случаи, при които предприятието може да идентифицира определени нематериални преимущества, породени от съществуващия бизнес и разходите, които са извършвани за тях, могат да имат като краен резултат получаването на икономическа изгода от предприятието, но във всеки от тези случаи предприятието не може да

изпълни изискването за достатъчен контрол над очакваните икономически ползи, произтичащи от посочените преимущества, за да могат те да отговорят на определението на нематериален актив. Ето защо вътрешно създадената репутация не се признава като актив, тъй като тя на практика не е разграничим ресурс (т.е. тя не може да бъде отделена, не възниква от договорни или други законови права), контролиран от предприятието, който може да бъде надеждно оценен в резултат на минало събитие (покупка, бизнескомбинация, размяна, цесия или др. насрещна престация). Ако тази вътрешно създадена репутация бъде обект на сделка по придобиване на предприятието и бъде оценена от придобиващия, то в този случай вече може да се говори за делимост, т.е. може да бъде разделена или отделена от предприятието и прехвърлена.

Много често счетоводните правила са критикувани, че не осигуряват измерване и отчитане по адекватен начин на пазарната стойност на предприятието, като се извежда на преден план разрывът между счетоводната и пазарната (борсовата) стойност на собствения капитал. Използването на цените на акциите на фондовите борси като измерител на стойността на предприятието според Holthausen и Watts обаче, е неуместно, тъй като „пазарните цени на акциите се влияят от множество фактори, някои от които са твърде случайни и ирационални“.¹⁰⁵ Подобно е становището и на IASB, посочено в текста на пар. 50 от МСС 38, че „разликите между пазарната стойност на предприятието и балансовата стойност на неговите разграничими нетни активи във всеки един момент може да обхващат редица фактори, които оказват влияние върху стойността на предприятието“. От Борда обаче имат важно заключение по отношение на непризнаването на вътрешно генерираната репутация, а именно че „тези разлики не представляват стойността на нематериалните активи, контролирани от предприятието“.¹⁰⁶ В конкретния случай ще изразим несъгласие с последната постановка, тъй като същността на вътрешно създадената репутация следва да се търси

¹⁰⁵ Цит по Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, ИК „Стено“, Варна, 2012, с. 186.

¹⁰⁶ Международен счетоводен стандарт 38 - Нематериални Активи, Регламент (ЕО) № 1126/2008 на Комисията от 3 ноември 2008 година, посл. изм. доп. Регламент (ЕС) № 243/2010 на Комисията от 23 март 2010 година

в стойността на непризнати във финансовите отчети нематериални преимущества, а не в стойността на признатите нематериални активи, които евентуално са били подценени.

Според разбирането за репутацията от гл.т. на счетоводните стандарти може да обобщим, че репутацията не може да се признае като нематериален актив, възникнал в резултат на осъществяваната дейност (вътрешно създадена), а само и единствено като резултат от осъществена бизнескомбинация (придобита). Основната причина за това е липсата на възможност за прилагане на историческата цена, тъй като няма парична или друга насрещна престация, която да я обективизира, и доказването на контрол над нея е твърде трудно. Това според нас следва да се разглежда като обективна причина вътрешно създадената репутация да не може да бъде обект на счетоводно отчитане посредством конкретни счетоводни сметки, което не означава, че не може да бъде докладвана информация за нея в годишния отчет на предприятието. Идеята за подобно оповестяване е в синхрон и с предложението за промяна на Концептуалната рамка за финансово отчитане по МСС/МСФО, според която „информацията, предоставена в бележките към финансовите отчети, включва: а) информация за естеството както на признатите, така и на *непризнатите елементи* (курсивът мой – Ат. Ат.) и за рисковете, произтичащи от тях...“¹⁰⁷ Безспорно, в случая вътрешно създадената репутация може да бъде разглеждана като такъв непризнат елемент (който е оценен от пазара), но пък от друга страна съществува изрична забрана за признаването ѝ, регламентирана в отделен счетоводен стандарт. Въпреки това считаме, че след като „значението и интереса на потребителите към информацията относно вътрешно създадената репутация се увеличава“¹⁰⁸ и след като пазарът посредством своите механизми показва наличието на непризнати нематериални елементи на стойността на компаниите, то може да се помисли и върху разкриването на такава информация по подходящ начин в годишните отчети на предприятията.

¹⁰⁷ Conceptual Framework for Financial Reporting, Exposure Draft ED/2015/3, May 2015, p.73.

¹⁰⁸ Discussion Paper - Initial Accounting for Internally Generated Intangible Assets, AASB, 2008, Available from: http://www.aasb.gov.au/admin/file/content105/c9/ACCDP_IGIA_10-08.pdf, видяна на 12.04.2017.

Една от идеите от последното десетилетие за представянето на репутацията във финансовите отчети е дело на Martin Bloom и е развита за първи път в неговия дисертационен труд „Двойственото отчитане на репутацията – предефиниране на проблема“.¹⁰⁹ Според Bloom, чрез съставянето на т.нар. Отчет за пазарната капитализация (Market Capitalization Statement – MCS), предприятието ще може да обхване и оповести информация както по отношение на придобитата репутация в резултат на бизнескомбинации, така и по отношение на вътрешно създадената репутация. Авторът не счита, че предложеният отчет следва да замени традиционния финансов отчет на предприятието, а по-скоро го разглежда като допълнителен елемент в корпоративното отчитане.¹¹⁰ Идеята на Bloom е базирана на схващането, че пазарната стойност на едно предприятие може да бъде показана към всеки един момент посредством пазарната му капитализация (ако то е публично) и по този начин би могла да се осигури надеждна информация за заинтересованите страни. Самият Bloom посочва, че това не е нова идея, позовавайки се на публикация от 1939 г. на MacNeal.

Примерната структура на Отчета за пазарната капитализация е следната:

¹⁰⁹ Bloom, M., Double Accounting for Goodwill- A Problem Redefined, A thesis presented in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The University of Sydney, 2009.

¹¹⁰ Пак там, с. 12.

Примерен Отчет за пазарната капитализация¹¹¹

	Бележки	хил. щ. дол.
Акционерен капитал	1	5 000
Резерви	1	5 000
	1	<u>10 000</u>
Стойност на закупената репутация	2	1 000
Нетни разграничими активи	3	<u>9 000</u>

Съпътстващият Отчет за пазарна капитализация ще се структурира, както следва:

Отчет за пазарна капитализация (MCS)

Брой издадени акции (в хил. щ. дол.)	4	25 000
Пазарна цена на акция	4	0.5
Пазарна капитализация		<u>12 500</u>
Състои се от:		
Закупена репутация	5	1 000
Вътрешно създадена репутация	6	<u>2 500</u>
MCS репутация	7	3 500
Нетни разграничими активи	3	9 000
Пазарна капитализация	4	<u>12 500</u>
Процент на MCS репутацията в пазарната капитализация	8	<u>28%</u>

Източник: *Bloom, M. (2009), p.151. Преводът на статиите в отчета е на автора, като са запазени оригиналните стойности от публикацията на M. Bloom*

Поставяйки акцента върху репутацията може да кажем, че MCS осигурява връзка между конвенционалните финансови отчети и актуалното развитие на интелектуалния капитал в счетоводството, както по отношение на обяснението на съставните части на интелектуалния капитал, така и по отношение на тяхното количествено определяне.

¹¹¹ Преводът на статиите в отчета е на автора. Подробна информация Вж. Bloom, M., Double Accounting for Goodwill- A Problem Redefined, A thesis presented in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The University of Sydney., p. 151.

По отношение на MCS Костова счита, че той е „логично защитен инструмент за отчитане на репутацията, който предефинира проблема за закупената и вътрешно създадената репутация и в известен смисъл е начин за неговото разрешаване“.¹¹²

Представена по този начин информацията в MCS според някои автори (Bloom, M., Костова, Н., Камбурова, Л. и др.) позволява да бъдат дефинирани някои негови предимства:

- ✓ Предоставя полезна информация относно пазарната капитализация на предприятието, която може директно да бъде сравнена с балансовата му стойност;
- ✓ Не измества фокуса от финансовия отчет на предприятието, а го допълва и разширява;
- ✓ Насочва вниманието към репутацията, която предприятието генерира независимо, че може да няма придобита такава;
- ✓ Може да бъде използван и като своеобразен тест за обезценка на придобитата репутация тогава, когато стойността на репутацията в отчета е по-малка от придобитата репутация;
- ✓ Предоставя информация относно репутацията (вътрешна и придобита), разграничимите материални и нематериални активи като елементи на формираната пазарна стойност на предприятието.

Цялата концепция на Bloom за създаването на допълнителна информация относно репутацията с цел по-пълното разкриване на стойността на предприятието и осигуряването на връзка между традиционния ФО и MCS на практика може да се разглежда като стъпка в подкрепа на актуалната концепция за „интегрирано отчитане“ и осигуряване на информация за това как предприятията „създават стойност“. Актуалността на това виждане се потвърждава и от Hughen и др.¹¹³, според които много предприятия, които използват единствено традиционното отчитане, не са в състояние да задоволят търсената от страна на различни заинтересовани страни информация, свързана с различни аспекти от дейността на компаниите, поради което се използ-

¹¹² Костова, Н., Организационни и методологически аспекти на оценката на предприятие, Наука и икономика, Варна, 2013, с.182.

¹¹³ Hughen, L., Lulseged, A., Upton, D.R., Improving stakeholder value through sustainability and integrated reporting. The CPA Journal, 84(3), 2014, pp. 57-61.

ва концепцията за интегрираното отчитане. Именно невъзможността на счетоводството, използвайки традиционните модели за оценка да обхване всички елементи, които имат значение за крайната оценка на потенциала на предприятието, налагат идеята за търсене на допълнителна информация относно използвания комплекс от материални, финансови и най-вече нематериални ресурси. Идеята за подобряване на отчетността с грижа към ресурсите е разгледана и от Morros¹¹⁴, според който „по този начин (чрез интегрирано отчитане - *пояснението мое* – *At. At.*) се постига събиране на информацията относно различните видове капитал – финансов, нефинансов, интелектуален и т.н. в една обща платформа, което позволява тяхното по-адекватно управление. Актуалността на посоченото от нас се потвърждава и от Филипова, според която „изследването на релевантността на счетоводната информация за оценка на пазарната стойност на компанията“ е едно от преобладаващите направления за измерване и анализ на счетоводното качество като цяло.¹¹⁵

Обективно погледнато концепцията за репутацията и нейната оценка във финансовите отчети е била обект на изучаване още от Canning, както вече беше отбелязано. Посредством т.нар. „Основна сметка за оценяване“ той всъщност обяснява, че вътрешната репутация е „резултат от стойността на бъдещите доходи от активите, които са били подценени или от стойността на елементи, които изобщо не са били включени в състава на имуществото“¹¹⁶ и в този смисъл едва ли може да бъде призната като актив.

В обобщение на тезата за вътрешно създадената репутация и нейното счетоводно третиране считаме, че тя може да се разглежда **като способността на едно предприятие да получи по-висока норма на възвръщаемост от придобит набор от активи отколкото, ако тези активи биха били придобити поотделно, т.е. като оценка на потенциала на придобитото предприятие и ефекта от въздействието на**

¹¹⁴ Morros, J., The integrated reporting: A presentation of the current state of art and aspects of integrated reporting that need further development, *Intangible Capital*, 12(1), 2016, pp. 336-356.

¹¹⁵ Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, ИК „Стено“, Варна, 2012, с. 187.

¹¹⁶ Canning J.B., *The Economics of Accountancy*, The Ronald Press Company, 1929, p.42.

непризнатата част от нематериалните преимущества на бизнеса, които са сериозен източник на стойност особено за публичните компании.

Въпреки това считаме, че признаването на вътрешно генерираната репутация като самостоятелен обект на счетоводството, и в този смисъл появата ѝ в основния финансов отчет на предприятието, не следва да се допуска. С цел получаването на допълнителна информация, която би била полезна за потребителите считаме, че е подходящо докладването да стане по реда на интегрираното отчитане - в отделно приложение, подобно на MCS, предложен от Bloom, като по този начин няма да се пристъпват основни счетоводни принципи, свързани с оценяването на обектите и основният финансов отчет няма да бъде „натоварван“ с допълнителна информация.

2. Развитие на концепцията за репутацията в исторически аспект.

Репутацията като обект на счетоводството винаги е била предмет на множество дискусии и така е придавала облик на цялата тема за бизнескомбинациите. Още от момента на първоначалното ѝ споменаване през 16 век и в следствие присъствието ѝ в публикациите на редица автори от края на 19 век¹¹⁷ и до днес репутацията си остава един от най-противоречивите обекти на счетоводството, към които изследователите проявяват различни професионални чувства – от явен скептицизъм и отричане на нейното съществуване, до възхваляване и определяне като едно от „чудесата“ на счетоводството. Противоречивата природа и сложността на репутацията карат някои автори дори да считат, че „счетоводителите се страхуват от нея“.¹¹⁸

Като поле за дискусии, репутацията е била обект на разискване не само от счетоводителите, а също така от финансисти, специалисти по национална и международна икономика, юристи. Поради тези съображения тя може да се разглежда от различни гледни точки: от икономическа, правна, счетоводна. Икономическото значение на репутацията

¹¹⁷ Dicksee, L.R., Tillyard, F., Goodwil and Its Treatment in Accounts, Gee&Co, Third edition, 1906, p.33.

¹¹⁸ Jean, A., Le 'Goodwill' – un autre point de vue”, Accountancy, 1990, February.

в най-общ смисъл разглежда настоящата стойност на положителната репутация като допълнителна печалба, която компанията очаква да получи в бъдеще в резултат на бизнескомбинацията. Този допълнителен доход се очаква да възникне в резултат от благоприятното отношение към компанията и от проявата на синергичния ефект след сделката. От гледна точка на счетоводните стандарти, репутацията в най-общ смисъл може да се представи като разликата между текущата пазарна цена, предложена от продавача при покупка на предприятието като комплекс от дейности, и справедливата стойност на нетните му активи към датата на придобиването.

Значителна част от изследванията, посветени на бизнескомбинациите, и в частност на репутацията като един от основните проблеми, свързани с тяхното счетоводно отчитане и представяне, са базирани на интерпретирането на счетоводните промени в резултат на различните социално-икономически условия и връзката на промените в счетоводното отчитане на репутацията с интересите на различните заинтересовани страни в обществото.

Възприемайки историческия подход при изучаването на различните икономически явления и процеси считаме, че е неоспорима необходимостта от изясняването на появата на репутацията в системата на счетоводното знание и обвързването ѝ с различните счетоводни теории в рамките на конкретния етап на икономическото развитие на отделните страни. В специализираната литература съществуват различни изследвания, в които се прави опит за периодизация в развитието на репутацията. В едно от най-сериозните изследвания Ding, Richard и Stolowy (2007), анализирайки развитието на вижданията за репутацията в четири страни – Великобритания, САЩ, Германия и Франция, стигат до формулирането на четири фази в развитието на концепцията за репутацията. За всяка от разгледаните страни, тези четири фази в развитието не съвпадат в исторически план като време и имат някои характерни особености.¹¹⁹ Това е следствие от различните темпове на икономическо развитие на тези страни и логичния преход от един тип социално-икономически отношения към друг. Първата фаза е наречена

¹¹⁹ Ding, Y, Richard, J., Stolowy, H. Towards an understanding of the phases of goodwill accounting in four Western capitalist countries: From stakeholder to shareholder model, p.1. <http://ssrn.com/abstract=1000735>.

от авторите *статична фаза* или още *фаза на непризнаването на репутацията*. Тя се характеризира със силно противопоставяне и нежелание за признаването на репутацията като актив в баланса на предприятието. Тя има различно времево проявление, като в САЩ и Великобритания обхваща периода от 1880 до 1897 година, във Франция продължава до 1917 г, а в Германия – до 1985 г.

Вторият етап от развитието на концепцията за репутацията е наречен от Ding, Richard и Stolowy *слабо статичен* и може да бъде дефиниран за три от страните с изключение на Франция. За разлика от останалите страни, във Франция в този период счетоводството е доминирано от фискалния подход. Характерно за този период е, че автори като Dicksee,¹²⁰ Garke, Lancaster¹²¹ препоръчват да се отхвърли практиката за отписване на възникналата разлика срещу печалбата, като в замяна предлагат възникналата репутация да „изчезне“, като това рефлектира в изменение на собствения капитал. Тази фаза продължава в САЩ от 1897 до 1970 година, във Великобритания от 1897 до 1990 година, в Германия – от 1985 до 2000 г, а във Франция – от 1917 до 1982 година. Третият етап е наречен *динамичен* и това е в унисон с развитието на предположението за действащо предприятие. Характерна особеност при този етап е въвеждането на изискване за амортизирането на репутацията за един сравнително дълъг период. В САЩ този период продължава до 2001 година, а в другите страни – до 2005 година.

След приемането на измененията в Американските общоприети счетоводни принципи (US GAAP) през 2001 г. и последвалите изменения в МСС/МСФО през 2004 година, в резултат на опита за все по-пълна хармонизация на счетоводните правила в световен мащаб е налице началото на четвъртия етап в развитието на концепцията за репутацията – етап на *справедливата стойност*. Този етап е с отворен край във времето и се характеризира с признаването на репутацията като актив и премахване на амортизирането ѝ като подход за последваща оценка, а въвеждане единствено на изискване за ежегодното ѝ тестване за обезценка.

В свое изследване руският учен Кузубов, обобщавайки опита на

¹²⁰ Dicksee, L.R., Tillyard, F., Goodwil and its treatment in accounts, 4th Edition, London, 1920.

¹²¹ Виж Ding, Y, Richard, J., Stolowy, H, Цит.съч., р.24.

друг изследовател W.T. Andrews – Jr., обособява други пет етапа в развитието на концепцията за репутацията като доразвива създадената хронологична таблица с два нови периода след 1970 г.¹²² Независимо от различията в броя на периодите, които обхващат, всички периодизации са в унисон с разбирането, че концепцията за репутацията е възникнала и се е развивала паралелно с развитието на социално-икономическите отношения и доминиращите във времето счетоводни доктрини.

Hughes отделя сериозна част от своите научни търсения на въпросите, свързани с репутацията, като прави обстоен анализ на счетоводната литература в САЩ и Великобритания за периода 1880 – 1970 година. Приемайки, че „репутацията е продукт на бизнеса“ той съсредоточава анализа си върху появата на теориите и тяхното развитие в рамките на конкретната бизнес среда.¹²³ До подобно заключение достига и Ratiu в изследване от 2013 г., която прави хронологичен обзор на развитието на концепцията за репутацията през призмата на различните теории и схващания, които са се оформили в исторически аспект и използва това като база за доразвиване на своето изследване за счетоводното отчитане на репутацията.¹²⁴

Имайки предвид горепосоченото, може да се направи извода, че в продължение на повече от 130 години, репутацията е била обект на множество дискусии и публикации в областта на счетоводството. Въпреки всичко, основните теории, свързани с нея, са били изложени в началото на 20 век като наблюдаваме множество обрати в счетоводното ѝ третиране и до днес. В исторически аспект бихме могли да обособим различни периоди (етапи) в развитието на репутацията, като си даваме сметка, че не може да търсим точно конкретна историческа дата при тяхното определяне. По-скоро като времеви разграничител сме използвали отделни събития, които са имали съществено значение в развитието на концепцията за репутацията в счетоводството като публикуване на нови стандарти, възприемане на нови идеи и постановки,

¹²² Кузубов, С.А., Развитие концептуальных подходов к измерению гудвилл с исторической перспективы, Корпоративные финансы, № 3 (31), 2014, с.96.

¹²³ Hughes, H.P., Goodwill in Accounting: A History of the Issues and Problems, BPD, Georgia State University, 1982.

¹²⁴ Ratiu, R., Tudor, A., The Theoretical Foundation of Goodwill – A Chronological Overview, Procedia-Social and Behavioral Sciences 92 (2013), pp.784-788.

промяна в бизнес средата, която води да промяна на съществуващите правила и т.н. Считаме, че могат да се обособят следните периоди:

- От 1810 г. до 1900 година.
- От 1900 г. до 1928 година
- От 1929 г. до 1970 година
- От 1970 г. до 2004 година
- От 2005 г. до днес

Периодът от 1810 до 1900 година

Характерно за този период от края на 19 и началото на 20 век е липсата на нормативно регулиране на репутацията. Поради тази причина като източници на информация сме използвали различни позовавания в решения на съдилища, публикации с академична и практическа насоченост на известни автори от това време, позовавания на съвременни автори, изследвали историческото развитие през този период.

Терминът „goodwill”, с който в английския език се означава репутацията, е бил използван в търговския живот преди много години, като това е описано изключително подробно от P. D. Leake още през 1921 година. В своя фундаментален труд, посветен на репутацията - „Commercial goodwill – Its history, value and treatment in accounts (1921)”, той цитира Оксфордския речник на английския език, който е издаден през 1835 г., но съдържа цитат от завещание, което е датирано от 1571 г. и в което за първи път се споменава думата репутация в следния контекст: „Завещavam на John Stephen...целия си дял и репутацията на моята каменоломна“(превода мой).¹²⁵ Анализирайки литературните източници от онова време, Leake посочва, че най-старото легално определение на репутацията е дадено в съдебен процес през 1810 г. по делото *Crutwell v. Liu*, в хода на което Lord Eldon казва: „Репутацията, която е била предмет на продажба, е нищо повече от вероятността, че старите клиенти ще се върнат (останат) на старото място“.¹²⁶ Така формулираната от Lord Eldon дефиниция придобива широка популярност в съдебните решения от онова време. Свидетелство за това е следващото определение за репутацията, което срещаме и в решението на друг съд от 1858 г. по делото *Austen v. Boys*, където се казва, че „репутацията

¹²⁵ Leake, P.D, Commercial goodwill – Its history, value and treatment in accounts, London, 1921, p.1.

¹²⁶ Leake, P.D, Цит. съч., p.2.

не означава нищо повече от сумата пари, които всеки човек ще бъде готов да даде за шанса да бъде в състояние да поддържа търговията си, свързана с мястото, където тя е била извършвана преди“, което по същество повтаря дефиницията, дадена по-рано, но и допълва нещо много важно, че „репутацията е нещо различно от печалбите на бизнеса, въпреки че при определяне на стойността ѝ, печалбите непременно се вземат под внимание“¹²⁷ Макар че дефиницията, дадена от Lord Eldon е една от доста често използваните, следва да отбележим, че впоследствие е била подложена на доста критики. Основният аргумент срещу нея е акцентирането, че репутацията е свързана с конкретното място, на което е осъществяван бизнеса, а не върху бизнеса като съдържание и уменията на търговеца.

През 1867 г. по делото *Bell v. Ellis* в щата Калифорния съдебното решение може да се разглежда като продължение на решението от 1810 г. В него репутацията е дефинирана като „предимството, което се придобива от дадена организация отвъд просто стойността на капитала, запасите, средствата, или имотите, заети в нея, вследствие на широката обществена подкрепа и насърчаване, които тя получава от постоянни или привични клиенти, за сметка на своята местна позиция или обща известност, доброто име, умението или точността, или от други случайни обстоятелства или нужди, или дори от древните пристрастия или предразсъдъци.“¹²⁸ Тук вече към репутацията се подхожда не толкова едностранчиво. Тя се свързва с всички успешни сделки, качества на бизнеса, доброто му име и т.н., които могат да бъдат оценени от външни потребители и за които си струва да се плати цена, различна от пазарната стойност на неговите активи. За пръв път тези характеристики доближават репутацията до схващането, че тя е израз именно на неуловимите счетоводно предимства на бизнеса, произтича от него и няма стойност отделно от бизнеса като такъв.

След като бива описана в редица съдебни решения, репутацията е призната като вид имуществено право за това време. Както отбелязва Kanner „хората започнали да говорят за репутацията на търговеца, на бизнеса, на фирмата. Те не само говорели за нея, те били готови да я

¹²⁷ Johnson, O., Common Law Accounting: The Case of Goodwill, University of Illinois, 1985, pp.20-21.

¹²⁸ Johnson, O., Цит съч, р.22.

купят, да платят за нея с парите си“.¹²⁹ В такъв момент възниква и необходимостта от определяне на икономическата същност и счетоводно представяне на репутацията във финансовите отчети на предприятията. Освен в съдебните решения от този период репутацията е била обект на дискусии и в специализираната литература по икономика, търговия и счетоводство. Една от най-старите дефиниции за репутацията като научна категория може да бъде открита в *Counting House Dictionary* на R. Bithell от 1893 г., в който репутацията се определя като „готовността на собственика на даден бизнес да се откаже от очакването на резултати от бизнеса, като го прехвърля срещу възнаграждение на някой друг, което е известно като „продажба на репутацията на тази дейност“.¹³⁰ Това разбиране е следствие от схващането, че репутацията не може да се придобие. Тя трябва да се заработи от конкретния търговец (собственик) чрез упорита и честна работа, успешни сделки и добри нравствени качества. По всичко личи, че в този период репутацията се е свързвала преди всичко с конкретния търговец като собственик на бизнеса, който притежава и управлява. Както посочва Иванов,¹³¹ това обяснява защо до края на 19 век изразът „продавам репутацията си“ е означавал да продадеш своя бизнес за сума, по-голяма от стойността на неговите активи. Казано по друг начин – още тогава се е считало, че сама по себе си репутацията е неразривно свързана с бизнеса и нейната продажба отделно от бизнеса е била немислима. А именно в този исторически етап от развитието едноличната форма е била характерна за осъществяване на бизнеса и както отбелязва Garcia „в края на 19 век икономическия растеж в САЩ поражда значителни промени в бизнеса“¹³². Една от тези промени е постепенното отделяне на собствеността от мениджмънта на фирмите, което пък в голяма част от случаите е резултат от разрастването на бизнеса. В тази връзка може да подкрепим Hughes, че „развитието на репутацията става паралелно

¹²⁹ Kanner, H., *A New Theory of Goodwill*, London, 1937, p.10

¹³⁰ Bithell, R., *Counting-House Dictionary*, 2nd Edition, p.142.

¹³¹ Иванов, А., *Гудвил: Краткая история, эволюция подходов к поминанию экономической сущности, оценке и признанию в финансовой отчетности*, Москва, 2016, с.11.

¹³² Garcia, C., *How Accounting for Goodwill Relies on Underlying Assumptions: A Historical Approach*, p.7. /<https://basepub.dauphine.fr/bitstream/handle/123456789/2638/fulltext%20EAA2007.pdf?sequence=2>, видяна на 10.12.2015.

с развитието на бизнеса“.¹³³ След настъпилата промяна във формата на бизнеса от еднолични предприятия към корпорации, репутацията не би могла да се свързва повече с личността на търговеца (собственика) и неговите качества конкретно и става обект на потенциален трансфер към други предприятия при евентуална сделка.

Характерна особеност на счетоводното разбиране за репутацията през този период е, че тя не следва да се приема като „реален“ актив и следва незабавно или достатъчно бързо да се отпише. Като първа публикация, посветена на проблемите на счетоводното отчитане на репутацията, се счита статията „Goodwill” на Fr. More от 1891 г., която е отпечатана в авторитетното списание „The Accountant”.¹³⁴ Според теорията на More стойността на репутацията може да бъде намерена като се умножи чистата печалба на предприятието с някакъв коефициент. Според него придобиващият даден бизнес може обосновано да очаква възвръщаемост на инвестирания капитал, като тази възвръщаемост трябва да е достатъчно висока, за да компенсира поетия риск. По този начин More посочва, че репутацията би имала стойност само ако бизнеса носи възвръщаемост над тази.¹³⁵

Един от много малкото автори, които са приемали репутацията като „оценен актив“ по това време е Gundry. Цитирайки статията на Dicksee - „Goodwill and its treatment in accounts“ в изданието от 1897 г. на авторитетно списание, той недоволства от „общото отричане на термина (репутация) и непризнаването му като актив“.¹³⁶ По тази причина не е изненадващо, че голям брой счетоводители са заемали позиция в полза на незабавното или бързо отписване на репутацията срещу печалбите.

Двигателят на промените в индустриалното производство и в областта на счетоводството по това време в Европа остава Великобритания и разбира се САЩ – отвъд океана. Именно във Великобритания в края на 19 в. се зараждат първите противници на съществуващия

¹³³ Hughes, H.P., Цит. съч., pp.18-19.

¹³⁴ Seetharaman, A. etc., Accounting treatment of goodwill: yesterday, today and tomorrow, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, p. 133., www.emeraldinsight.com/1469-1930.htm, видяна на 20.01.2016.

¹³⁵ Кузубов, С.А., Цит. съч., с.96

¹³⁶ Цит. поDing, Y, Richard, J., Stolowy, H., Цит. съч., p.19.

режим на третиране на репутацията. Оформят се две основни течения, които по-късно ще намерят почва за развитие и ще дадат облика на цял период от развитието на концепцията за репутацията. Първото течение се свързва с привържениците на т.нар. динамично представяне на репутацията, което обаче се развива като концепция в периода след 1946 година. Второто течение не е толкова кардинално в позициите си като поддържа тезата за незабавното изчезване на репутацията от счетоводните сметки, но не срещу печалбите, а срещу капитала. Именно това ще бъде едно от господстващите направления във втората фаза, която ще разгледаме.

В заключение може да отбележим, че от началото до края на XIX век при отчитането на репутацията доминиращо влияние имат силно консервативните практики в комбинация с широко застъпения „модел на заинтересованите страни“, според който основно значение имат интересите на купувача, а те в случая са били еднозначни - еднократното отписване на репутация като разход води до намаляване на облагаемата печалба. Поради тази причина много икономисти и счетоводители не признават репутацията като актив, а някои, които я признават - имат негативно отношение към присъствието на такъв актив в баланса на предприятието.

Периодът от 1900 до 1928 година

Оформянето на този период в исторически аспект има своите аргументи. От една страна годините в началото на 20 век са периода, в който се променя съществено модела на бизнеса с неговото окрупняване, възникване на корпорациите, разделянето на собствеността от управлението, което пък поставя и началото на нов подход към финансовите отчети на предприятията и представената в тях информация, тъй като тя следва да бъде съобразена с изискванията на различни заинтересовани страни. От друга страна годините след 1928 г. са период, който е известен със сериозни икономически сътресения по време на „Великата депресия“ от 1929 – 1931 г. и последвалите години на след кризисно възстановяване, поради което считаме, че следва да бъде разгледан отделно.

През този период се наблюдава опит за промяна на тенденцията в съдебната практика за непризнаването на репутацията като актив. В няколко решения на съдилища откриваме една и съща трактовка, че

„стойността на положителната репутация е фактически въпрос, а не въпрос на закон“, „че тя не следва да бъде амортизирана (т.е. тя е призната като актив – *бел. моя*)“, „следва да продължи да присъства в счетоводните книги (по същата стойност- *бел. моя*)“¹³⁷ Още в началото на 20 век Lord Macnaughten дава една от най-споменаваните в последствие дефиниции за репутацията. В делото *Inland revenue Commissioners v. Muller and Co's Margarine* от 1901 г. той казва „Какво е репутацията? Това е нещо много лесно за описване, но много трудно за дефиниране (определяне). Това е ползата и предимството от доброто име, добрата репутация и създадените връзки на бизнеса. Това е най-привлекателната сила, която носи клиента. Това е нещото, което разграничава съществуващия бизнес от току-що стартиращия бизнес“.¹³⁸ Именно последната част от дефиницията заслужава внимание. В нея се предполага, че репутацията възниква във времето с развитието на бизнеса и не би могло да се твърди, че е присъща на всеки бизнес.

Този период се характеризира с доминиращото влияние на възгледите на R. Dicksee. Идеята за незабавното отписване на репутацията в намаление на текущите печалби е отхвърлена, като е заменена с тезата, че репутацията следва да се отпише, но срещу капитала. По този начин на практика се постига двоен ефект – първо репутацията не се представя като актив и второ – дава се възможност да не се наруши дивидентната политика като не се влияе върху текущия доход (печалба). Всичко това е в съответствие с нарастващата популярност на т.нар. „модел на акционерите“ (Shareholder model), както отбелязват Ding и др.. Първата печатна книга, посветена на репутацията, е „Goodwill and its treatment in accounts“, издадена през 1906 г. от Dicksee и Tillyard. Тя включва анализ на най-съществените юридически казуси от това време, които дават дефиниция за репутацията. Резюмирано той разглежда репутацията като казва „...когато местоположението на бизнеса прави търговията, репутацията като разполагам актив представлява ползата, извлечена от шанса, че клиентите ще продължат да посещават помещенията, в които бизнесът е организиран; че когато бизнесът е този, който зависи от репутацията на една фирма, репутацията се състои от предимството, което собственикът извлича от това, което той

¹³⁷ Johanson, O, Цит. съч., р.29.

¹³⁸ Leake, P.D., Цит. съч., р.13.

представлява сам по себе; и че когато стойността на бизнеса зависи от неговите бизнес връзки, репутацията се състои от правото и възможността да бъдат правилно изградени тези връзки“.¹³⁹ На границата на два периода, в опита си да намери оптимално решение между идеята за категорично непризнаване на репутацията и нарастващата роля на акционерния модел, Dicksee логично възприема тезата, че придобитата репутация би трябвало да се отписва срещу резервите, особено ако стойността ѝ е изкуствено завишена.

По – късно през 1921 г. P.D. Leake публикува втората книга, посветена на репутацията – „Commercial Goodwill. Its History, Value and Treatment in Accounts“. В нея той дава своя принос в развитието на репутацията като я определя като „правото, което произлиза от всички минали усилия в търсенето на печалба, увеличаване на стойността или друго предимство“. Важно е да отбележим, че според него съществуването на това право не следва да се подлага на съмнение отделно от въпроса за това дали то има или няма разменна стойност. Разменната стойност (на репутацията) зависи от възможността за генериране на „супер (свръх) печалба“. Под супер печалба Leake разбира „стойността на увеличените приходи и всички други получени облаги надхвърлят всички икономически разходи, съпътстващи производството.“ Освен това „трябва да се покаже, че очакваните бъдещи годишни печалби превишават нормалната годишна доходност или възвръщаемост на инвестирания капитал, като взе предвид естеството на риска“¹⁴⁰ По този начин се заражда формулирането на „теорията за свръх (супер) печалбите“, до която Leake достига при оценяването на репутацията и която ще остане водеща в счетоводната доктрина за дълъг период от време. Основната идея на тази теория е, че стойността на търговската репутация всъщност представлява текущата (настояща) стойност на очакваните „супер печалби“. Затова той посочва, че предприятие, което придобива репутация всъщност плаща за „супер печалбите“, които ще имат акциите му през следващите години. По този начин той акцентира върху бъдещето като отбелязва, че не винаги това може да се получи с голям успех. Този подход може да намери своето обяснение и в силното влияние на справедливата стойност като концепция за оценяване на активите.

¹³⁹ Dicksee, R., Tillyard, Goodwill and its treatment in accounts, London, 1906, p. 32-33.

¹⁴⁰ Leake, P.D., Цит. съч., p.19-25.

Друг важен момент в теорията на Leake е тезата, че стойността на супер-печалбите се променя във времето, като намалява ежегодно по линеен модел, което се дължи на бъдещата несигурност във времето и наличието на силна конкуренция.¹⁴¹ Като следствие той категорично приема, че стойността на репутацията намалява във времето и посочва, че „репутацията, която сега има компанията не е репутацията, която е придобита преди 5, 10 или 15 години“, но е много трудно да се определи каква част, т.е. с колко е намаляла тя. По тази причина Leake посочва, че репутацията следва да бъде отписвана за периода, през който се очаква да бъдат реализирани очакваните „супер-печалби“.¹⁴² След като бъде отписана цялата призната репутация той приема, че може да се появи нова - вътрешно генерирана репутация, в резултат на бъдещи очаквани супер-печалби, но не приема нейното признаване в счетоводния баланс. От представеното до тук за теорията на P.D. Leake и познаването на съществуващите практики след тази теория до наши дни може да се отбележи, че в исторически план неговата теория може да се разглежда като предшественик на тезата за амортизацията на репутацията в счетоводството.

Един от най-големите противници на тезата за признаването на репутацията като актив е J. Canning. Той е и един от първите, който критикува съществуващите оценъчни методи и говори за нови такива, които счетоводството трябва да прилага. В своята книга „The Economics of Accountancy“ от 1929 г. Canning отстоява позицията, че „репутацията при никакви обстоятелства не може да се приеме за актив“, като я нарича още „сметка (средство) за майсторски оценки“, влагайки разбирането, че тя се появява в резултат на различни оценъчни техники, а не е „реален“ актив в баланса.¹⁴³

Бурното развитие на Великобритания, както в индустриално отношение, така и по отношение на икономическите изследвания и в частност счетоводните концепции, се пренася много бързо и зад Океана. Те намират израз в първия счетоводен регулаторен акт от 1917 г. “Uniform Accounting”, издаден от Института на американ-

¹⁴¹ Leake, P.D., Цит. съч., р.26.

¹⁴² Leake, P.D., Цит. съч., р.26-30.

¹⁴³ Цит по Zeff, S., John B. Canning: A View of His Academic Career, ABACUS, Vol.36, N 1, 2000, p.6.//<http://www.ruf.rice.edu/~sazeff/PDF/Canning%20-%20View%20of%20His%20Academic%20Career.PDF> – видяна на 20.06.2016.

ските счетоводители (AIA), който е предшественик на AICPA. В този меморандум се говори за първи път за репутацията, като е записано, че „репутацията следва да се представи като се приспадне от нетния доход“.¹⁴⁴ Налице е признаването на репутацията, но тук акцентът се поставя не върху това, че тя има стойност, а че следва да се представи като остатъчна величина. Както може да се открие при Paton & Stevenson¹⁴⁵ и както отбелязват Ding и др. при изучаване на историята на репутацията - налице е нарастваща тенденция към признаването на репутацията във финансовите отчети, последвано от систематичното ѝ амортизиране през определен полезен срок или за период, определен при определяне на настоящата ѝ стойност.¹⁴⁶

По същото време германският икономист Sher разглежда възникналата репутация като „особен вид забулване на баланса, представляващо и разводнение на капитала“.¹⁴⁷ Според него в случаите на сливане или придобиване на акционерни дружества често възниква много голяма разлика между стойността на придобитите активи и новата им справедлива цена и тази разлика, представляваща надплатената цена, се е показвала под формата на въображаем актив, наречен „репутация“ или „стойност на фирмата“, което той не приема. Подобни опасения по отношение на „въображаемите активи“ срещнахме и в произведенията на български автори от този период, което изглежда съвсем логично предвид факта, че те черпят предимно от натрупания немски и френски опит по онова време.

В специализираната литература по счетоводство Ойген Шмаленбах е приет за основател на теорията за динамичния баланс, който в началото на миналия век (1919 г.) публикува своето монографично изследване, озаглавено „Динамически баланс“. Според теорията за динамичния баланс и в противовес на разбиранията на статиците, нематериалните активи се разглеждат като имущество, което следва да намери място в актива на баланса, тъй като те считат, че тези активи са носители на икономическа изгода, посредством която ще се реализира

¹⁴⁴ Ding, Y. etc., Цит. съч., p.26.

¹⁴⁵ Paton, W, Stevenson, R., Principles of Accounting, Ann Arbor, 1916.

¹⁴⁶ Ding, Y. etc., Цит. съч., p.26.

¹⁴⁷ Шер, Ф., Бухгалтерия и баланс, Москва, 1925, с.481.

определен финансов резултат.¹⁴⁸ Това обяснява виждането на Шмаленбах, че репутацията следва да се признае в баланса (като нематериален актив или като разходи за бъдещи периоди) и да се амортизира за период от около 10-15 години.¹⁴⁹

Още в самото начало на 20 век някои френски икономисти също се придържали към немската счетоводна школа по отношение на признаването на репутацията като актив. Като част от тези икономисти, Magnin считал, че „репутацията следва да се представя в баланса като нематериален актив, ако съществува възможност да се определи полезния ѝ срок с цел нейното амортизиране, а Charpetier застъпвал тезата, че репутацията следва да се отразява в баланса по стойността, по която е възникнала, ако не може да се докаже, че тя се е обезценила“.¹⁵⁰

В абсолютна противоположност се развива концепцията за репутацията във Франция след 1917 г. След Първата световна война френското правителство е изправено пред необходимостта да се възстанови инфраструктурата, което довежда до търсенето на нови източници за финансиране на бюджета. От този момент, в продължение на 60 години, данъчната политика е имала огромно влияние върху икономиката като цяло и счетоводство в частност. Френската данъчна администрация по това време е приемала репутацията като актив, който не може да се амортизира на систематична база и чиято стойност може да бъде редуцирана само в изключителни случаи. Това изискване е скрепено през 1928 г. с приет закон, според който е забранено да се амортизира репутацията, като тя следва да се отразява в баланса по непроменена стойност. Както се вижда не само нейното счетоводно третиране, но дори възприемането ѝ като категория в търговския оборот са изключително силно повлияни от данъчното законодателство и фискалните правила. Именно това кара Ding и др. да говорят за „уникален феномен“¹⁵¹ в развитието на репутацията във Франция, тъй като този фискален период в

¹⁴⁸ Цит. по Стефанов, Св., Счетоводният баланс: минало и настояще, изд. Наука и икономика, Варна, 2006, с.63.

¹⁴⁹ Иванов, А., Соломатина, Е., Обзор еволюции възгледов на същност, оценки и признание гудвила в финансовой отчетности компаний, Сборник материалов международной научной конференции, Москва, 2014, с.168.

¹⁵⁰ Иванов, А., Соломатина, Е., Цит. съч., с.169.

¹⁵¹ Ding, Y. etc., Цит. съч., р.29.

развитието ѝ продължава от 1917 до 1982 г., т.е. близо 60 години.

Периодът от 1929 до 1970 година

Началото на този период е добре известно в световната икономическа история като времето на „Великата депресия“. Като следствие от бавното възстановяване на най-силно засегнатите икономики, в САЩ през периода 1929 – 1940 година настъпват значителни социално-икономически промени. Тези промени са силно изразени в академичните публикации от онова време. В началните години на този период се наблюдава значително нарастване на консервативните нагласи в обществото, което според Montgomery се дължи на засилването на позициите на независимия одит. Мисията на одитора е променена като „освен с откриване на грешките, той следва да се ангажира вече с контрол върху „реалните стойности“, посочени в счетоводния баланс.“¹⁵² Онова, което прави впечатление в неговата работа е виждането му, че в този период пред независимите одитори е поставена нелеката задача „да се справят с представянето в баланса на такива пера, към които обществото е силно чувствително, каквито са различните нематериални активи и възникващата в резултатна множеството сливания репутация“.¹⁵³

Не спира подкрепата за идеите на P.D. Leake, като тук следва да се отбележат вижданията на Paton и Littleton, които освен че подкрепят неговата теория, приемат, че „репутацията е просто допълнително плащане за част от дохода (печалбата), който ще бъде получен в бъдеще“. Те развиват тезата на Leake и предлагат репутацията да се отписва срещу бъдещите доходи, „тъй като действителните доходи не се дължат на репутацията, за да бъде измервана чрез тях“.¹⁵⁴

Някои автори в търсене на обяснение и формулирането на дефиниция за репутацията стигат дори до комични определения като това, дадено от Norris през 1946 г. Той определя репутацията така: „Ако приемем, че X е едно живо породисто куче, а Y е мъртво куче, то това може би $X - Y = Z$. Но в този случай Z не означава нищо само по себе си. Репутацията в счетоводните сметки много напомня на Z.

¹⁵² Montgomery, R.H., Auditing: Theory and Practice, NY, Ronald Press Co., 1934, p.322, Цит. по Garcia, Cl., How Accounting for Goodwill Relies on Underlying Assumptions: A Historical Approach, p.11.

¹⁵³ Montgomery, R.H., Цит. Съч., p.20-21.

¹⁵⁴ Ratiu, R., Tudor, A., Цит съч. p.786.

Използването ѝ е толкова подходящо, колкото да се опитвате да намерите от къде вашето куче хваща кърлежи чрез дисекция“.¹⁵⁵ Макар и доста шеговито поднесена считаме, че тази дефиниция всъщност може да бъде разгледана по съвсем прагматичен начин. Това, което вероятно визираща Norris е, че именно компонентите на репутацията са онова, което формира нейната стойност и тъй като те не могат да бъдат оценявани поотделно се включват в понятието „репутация“. Тази идея намира своето място и в наши дни, когато много специалисти са на мнение, че репутацията съдържа компоненти, които не могат да бъдат признати и оценени самостоятелно като активи, но взети заедно формират определени предимства за предприятието.

Един от най-ярострните критици на теорията за супер печалбите на Leake в тази епоха е Kaner. Той твърди, че методът за оценка на репутацията е некоректен, тъй като не обхваща всички типове репутация, които той дефинира. Той счита, че има значение какъв е типа на репутацията и освен това следва да бъдат отчетени редица вътрешни фактори, отнасящи се до типа на конкретния бизнес, както и да се вземат предвид редица външни променливи, поради което толкова просто измерване на репутацията не е нито възможно, нито научно“.¹⁵⁶

Настъпилата финансова криза променя отношението към репутацията като счетоводна категория и това е следствие на спекулативното ѝ използване през този период. Възстановяването на нормалното функциониране на финансовите пазари и връщането на доверието към тях е заложено на извършването на различни институционални промени. През този период са направени и първите стъпки за регламентиране на отчитането на бизнескомбинациите и на репутацията. В подкрепа на тезата за институционализация и нормативно оформяне на счетоводните правила в областта на отчитането на репутацията, може да посочим следните по-важни събития:

- ✓ 1933 г. – приет е Securities Act
- ✓ 1934 г. – приет е Securities Exchange Act -> Securities Exchange Commission

¹⁵⁵ Ratiu, R., Tudor, A., The Definition of Goodwill- a Chronological Overview, Romanian Statistical Review Supplement, Vol.60 (2012), p. 57/ http://www.revistadestatistica.ro/suplimente/2012/4/srrs4_2012a06.pdf, видяна на 10.01.2016.

¹⁵⁶ Kaner, H., A New Theory of Goodwill, London, 1937, pp.20-29.

- ✓ 1944 г. – издаден е ARB № 24 “Отчитане на нематериални активи”
- ✓ 1950 г. – издаден е ARB № 40 “Бизнес комбинации”
- ✓ 1957 г. – издаден е ARB № 48 “Бизнес комбинации”
- ✓ 1970 г. - издаден е APB № 16 “Бизнес комбинации“ и APB № 17 “Нематериални активи“

Издаването на Accounting Research Bulletin (ARB) № 24 “Отчитане на нематериални активи” през 1944 г. е резултат от усилията на Committee on Accounting Procedures (CAP) за въвеждане на единна методика за отчитането на сделките по сливане и придобиване и възникналата като резултат от тях репутация. Въпреки това, както някои автори отбелязват, предвид оформилите се различни схващания, това указание по-скоро „допълнително внася объркване по въпроса“.¹⁵⁷ Според това становище нематериалните активи се разделят на два типа: тип „а“ – с определен полезен срок и тип „б“ – с неопределен полезен срок, като на тази база се предлагат и два различни подхода за третиране на репутацията. Ако репутацията се класифицира като тип „а“, тогава следва да се амортизира срещу намаляване на печалбата, а ако се класифицира като тип „б“ - следва да не бъде амортизирана и да се показва по стойността, по която е възникнала, като обезценка и отписване се е допускало само в изключителни случаи.

Развитието на започналите в началото на века бизнес практики, свързани с комбинирането на предприятията, намира изражение в появата на нормативно регламентиране на два метода за отчитането на бизнескомбинациите – метод на придобиването и на обединяването на интересите. През 1950 г. CAP публикува ARB № 40 “Бизнес комбинации”, с което се въвеждат указания за използването на два различни метода за отчитането на бизнескомбинациите, но се въвежда изискване за покриването на четири качествени теста преди избора на конкретен метод.

Седем години по-късно през 1957 г. е издаден е ARB № 48 „Бизнес комбинации“ като в рамките на изминалите седем години в професионалните среди в САЩ се оформят редица критични на заложените изисквания през 1950 година. Това обяснява появата на ARB № 43 „Промяна и ревизия на издадени преди бюлетини (ARB)” през 1953 г.

¹⁵⁷ Sanborn, R., The Regulatory History of Business Combinations, The Journal of Applied Business Research, Spring, 1987, p.106.

С него противоречията около прилагането на два различни метода за отчитането на бизнескомбинациите не се решават, но се предлага репутацията да не се отписва към момента на сделката или в бъдещ период срещу собствения капитал. Репутацията се разглежда като нематериален актив и се казва, че като такъв следва да бъде използвана определен период и да се амортизира за този период от време.¹⁵⁸

От изложените дотук факти става ясно, че в този период от еволюцията на разбиранията за репутацията решаваща роля има и развитието на концепцията за съпоставимостта на приходите с разходите. Това наше твърдение може да подкрепим и със заключението на Walker, който казва, че „разпределението на репутацията към приходите, които са генерирани от придобитите активи не трябва да е по-различно от разпределението на стойността на всеки друг актив за подходящ период от време“.¹⁵⁹ По този начин се появява и виждането, че репутацията носи икономическа изгода във времето и не следва да бъде отписвана към момента на сделката, но от друга – нейната стойност намалява във времето, както на всеки друг актив и тя не следва да присъства в баланса с една и съща стойност.

Явната невъзможност за решаване на един от основните счетоводни проблеми по това време и слабостта, която прозира в последния бюлетин, посветен на бизнескомбинациите, са само част от факторите, които според някои автори са довели до решението на AICPA да замени CAP с APB (Accounting Principles Board). Именно той през 1970 г. публикува APB Opinion № 16 „Бизнес комбинации“¹⁶⁰, което въвежда ясни правила за разграничаване на двата метода за отчитане на бизнескомбинациите за дълъг период от време, поради което считаме, че следва именно 1970 г. да се приеме за граница в развитието на бизнескомбинациите и концепциите за репутацията в частност. Като метод за

¹⁵⁸ Accounting research Bulletin № 43 “Restatement and Revision of Accounting Research Bulletins”, 1953./ <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobwhere=1175820900763&blobheader=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.

¹⁵⁹ Walker, G.T., Nonpurchased Goodwill, The accounting review, Is.13, 1938, p.253-259.

¹⁶⁰ Accounting Principles Board Opinion № 16 “Business Combinations”, August, 1970, <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1175820194221&blobheader=application/pdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.

последваща оценка на репутацията се използва единствено амортизацията на репутацията, която е в съответствие и с принципа на съпоставимостта на разходите с приходите.

Характерна особеност на този начален етап от нормативното регламентиране на отчитането на репутацията е активното ползване и позоваване в обществените обсъждания на академичните изследвания на известни автори от тази епоха. Като резултат от тази тенденция през 1963 г. в ARS № 5 е публикувано изследване на Arthur Wyatt¹⁶¹, свързано с обобщаване на резултатите от съществуващата практика при отчитането на бизнескомбинациите, чиито резултати са широко дискутирани и приети като база при издаването на APB № 16 през 1970 година. В изследването се споделя тезата, че методът на „обединяването на участията“ се използва като средство за „предпазване“ от амортизиране на репутацията. Атрактивността на този счетоводен метод в голяма степен се обяснява и с факта, че отчетена по този начин комбинацията е била освободена от данъци. Освен това Wyatt предлага и една твърде интересна алтернатива, наречена от него „обединение по справедливи стойности“ (fair value pooling), което пък кара много от мениджърите на ориентираните към сливанията корпорации да изтръпнат. Няма как от тези факти да не направим паралел с годините от 1990 до 2000 г., когато се наблюдава нов бум в прилагането на метода на обединяването на участията, детерминирано от съвсем користни причини.

В обобщение може да кажем, че промените във вижданията относно репутацията през този период са свързани с промените, които настъпват в счетоводните концепции като цяло – развитие на консервативната доктрина и строго придържане към историческата цена. Независимо от силното влияние на консерватизма в този период, възстановимата стойност на репутацията не е била подлагана на съмнение.

Периодът от 1970 до 2004 година

В началото на този период през 70-80-те години на 20 век започва един от най-значимите процеси в съвременното общество - глобализацията. Именно световните процеси на глобализация са в основата на промените в счетоводното законодателство на много страни.

¹⁶¹ Sapienza, S., An Examination of AICPA Research Study No. 5 - Standards for Pooling, *The Accounting Review*, Vol. 39, No. 3 (Jul., 1964), pp. 582-590./ <http://www.jstor.org/stable/242450>, видяна на 10.07.2016.

Развитието на политически и икономически съюз, каквато е Европейската икономическа общност, укрепването на американската икономика и създаването на множество международни корпорации са само част от факторите, които пораждаат необходимостта от международна хармонизация на счетоводните стандарти. Както вече споменахме, през 1970 г. е публикувано APB Opinion № 16 „Бизнес комбинации“, което може да кажем, че поставя началото на първата сериозна крачка в нормативното регламентиране на репутацията. Тя следва да се признава към датата на сделката и да се амортизира в бъдеще за определен период от време, не по-дълъг от 40 години. Вътрешно генерираната репутация не следва да бъде признавана във финансовите отчети. Освен това според APB № 16 се допуска използването на два метода за счетоводно представяне на бизнескомбинациите – „метод на покупката“ (purchase method) и „метод на обединяването на участията (интересите)“ (pooling-of-interests method). „Откритият“ през 1950 г. метод на обединяването е широк прокламиран от бизнес средите в САЩ в годините след 1960 г. Така през 1969 г. APB не издържа на атаките и допуска неговото използване. Въпреки това, в указанията, които са част от APB № 16, изрично е отбелязано, че двата метода не следва да се разглеждат като алтернатива за счетоводното представяне на една и съща сделка. Това уточнение се налага, тъй като са въведени критерии за класифициране на сделката като „придобиване“ или „обединяване“, които следва да бъдат изпълнени, т.е. определянето на характера на сделката следва да бъде водещия мотив при използването на един или друг метод за счетоводното ѝ представяне. Всички тези уточнения се налагат поради зачестилите практики на използване основно на метода на обединяването на участията или т.нар. „частично използване“¹⁶² и на двата метода за една и съща бизнескомбинация без значение на нейния икономически характер.

Темата за бизнескомбинациите и репутацията е една от най-обсъжданите в професионалната литература от тези години и освен това е темата, която получава най-голяма публичност и дискуссионност сред всички, обсъждани от APB. Както отбелязват Wolk и др. „темата

¹⁶² Stanger, A.M., Accounting for Business Combinations: Choice or Dilemma, St. John's Law Review, 2012, Vol. 44: Iss. 5, p. 869 / <http://scholarship.law.stjohns.edu/lawreview/vol44/iss5/62>, видяна на 20.07.2016.

за репутацията е обект дори на новинарските публикации в Time и Newsweek¹⁶³, което е показателно за интереса, който е заключен в нея.

Развитието на разбиранията за репутацията в този период са част от генералната концепция за кодификация на счетоводството и създаването на обща концептуална рамка. През 1973 г. след формирането на Борда за американски счетоводни стандарти (FASB) и Съвета за международни счетоводни стандарти и след публикуването на концептуалната рамка през 1978 г. голяма част от дебатите за репутацията, които до момента са били актуални, постепенно остават на заден план. За първи път регламентирането на бизнескомбинациите и в частност репутацията като част от приложимите международни счетоводни стандарти става през 1983 г., когато е публикуван МСС 22 – *Бизнескомбинации* с ефективно прилагане от 1985 година, с който е продължен подходът за първоначално признаване и последващо амортизиране на репутацията. МСС 22 е претърпял две съществени ревизии през 1993 и през 1998 година, като от 2004 година е заменен с изцяло нов стандарт МСФО 3 – *Бизнескомбинации*. Последният пък е част от общ проект за хармонизиране на счетоводните стандарти, разработен съвместно с FASB, които през 2000 г. публикуват ревизия на SFAS 141 – *Бизнескомбинации* и SFAS 142 – *Репутация и други нематериални активи* от 1998 г., който налага концептуални промени при отчитането на бизнескомбинациите, като се елиминира прилагането на метода на обединяването на участията и се забранява амортизирането на репутацията. Като резултат от започналата стандартизация в счетоводството и в синхрон с регламентациите, залегнали в МСС 22 и SFAS 141 и 142, във Великобритания се прави опит за въвеждане на счетоводен регламент по отношение на бизнескомбинациите и репутацията. През 1990 г. и 1993 г. се публикуват за обсъждане предложения за въвеждане на амортизиране на репутацията, но този подход е възприет чак през 1997 г. с публикуването на FRS 10 – *Репутация и нематериални активи*, като е възприето нейното капитализиране като актив и амортизирането ѝ за период, не по-дълъг от 20 години.¹⁶⁴ В същия този период настъпва голямата

¹⁶³ Wolk, H, Dodd, J., Rozycki, J., Accounting Theory: Conceptual Issues in a Political and Economic Environment, SAGE Publication, London, 2017, p.61.

¹⁶⁴ Financial Reporting Standard (FRS) 10 – Goodwill and Intangible Assets, ASB/ <http://frc.org.uk/Our-Work/Publications/ASB/FRS-10-Goodwill-and-Intangible-Assets-File.pdf>,

промяна във Франция. След близо 60 години застой в счетоводното третиране на нематериалните активи и в частност на репутацията, през 1982 г. е издаден Общия счетоводен план (Plan Comptable General). Той в значителната си част съответства на разпоредбите на Четвъртата директива на ЕС за годишните финансови отчети от 25.07.1978 година и предвижда възможност за амортизиране на репутацията.¹⁶⁵

Това е периодът, в който историческата цена продължава да има доминираща роля като счетоводна концепция за оценяване на активите и пасивите, но и концепцията за справедливата стойност събира все повече поддръжници. В опита за противопоставяне на тези две концепции са и основните оформили се научни схващания за репутацията в този период. Подкрепящите справедливата стойност Ma и Hopkins споделят, че „репутацията може да се определи като настоящата стойност бъдещия поток от изключителни доходи на бизнеса“, ¹⁶⁶ като отбелязват, че това няма как да бъде измерено и оценено посредством историческата цена. Като противници на тази позиция и отстояващи актуалността на теорията за историческата цена Grinyer, Russel и Waler развиват своите възгледи, като започват от концепцията за признаване на активите в баланса на предприятието. Те застъпват тезата, че „активите са ресурси, които очакват да бъдат използвани в процеса на генериране на приходи и чиято стойност ще се превърне в разход срещу тези приходи, за периодите през които те се генерират“.¹⁶⁷ От тези позиции те определят, че сегашната стойност на репутацията е източник на разходи, които ще бъдат направени в бъдеще. Считаме, че това виждане следва да се обвърже с възможността репутацията да генерира приходи или по-точно самостоятелно да генерира приходи, отделно от останалите активи, и тези бъдещи приходи да бъдат достоверно измерими. Противоречивата природа на репутацията все още е стимул за различия в авторовите възгледи за нейното съществуване

видяна на 10.01.2016.

¹⁶⁵ Гусев, Е., Иванов, А., Саломатина, Е., Генезис дефиниции гудвила, *Економическа теория и мировая экономика* №2, том 8, 2014, с.15.

¹⁶⁶ Garcia, Cl., Цит. Цъч., р.19.

¹⁶⁷ Grinyer, J., Russel, A., Walker, M., *The Rationale for Accounting for Goodwill*, *The British Accounting Review* 22(3), September 1990, pp.223–235./https://www.researchgate.net/publication/256621573_The_Rationale_for_Accounting_for_Goodwill, видяна на 15.05.2016.

като обективен актив. Така например Schuetze¹⁶⁸, използвайки дефиницията, дадена през 1985 г. в SFAC № 6 „Прилагане на концептуалната рамка“ категорично счита, че репутацията не покрива критериите за признаване като актив. Johnson и Petrone, както и Henning пък защитават противоположната теза за нейното признаване.¹⁶⁹

Времето от началото на 80-то до края на 90-те години се характеризира с висока интензивност на научните публикации, посветени на репутацията, които вече започват да поставят все по-силно акцента върху емпиричните изследвания. Следвайки вълната за информационната роля на счетоводството и развитието на концепцията за интелектуалния капитал и неговото значение за предприятията, се засилва тезата за значението на информационната стойност на репутацията за финансовите пазари. Започват да се появяват все повече емпирични изследвания, свързани със стойностната релевантност на метода на обединяването на участията, манипулирането на резултатите при неговото прилагане, влиянието на използваните методи за отчитане на бизнескомбинациите върху капиталовите пазари и по-конкретно върху стойността на акциите на компаниите и т.н.

Този период в развитието на разбирането за репутацията е един от най-динамичните в исторически план. Той съвпада като историческо време с етапа на бурно развитие на международното счетоводство и поставянето на основите на т.нар. бъдеща глобална финансова отчетност, поради което е наречен от Свраков „етап на хармонизиране на счетоводството“.¹⁷⁰ За този етап в развитието можем да обобщим, че е период, през който нарастването на международната търговия, създаването и развитието на транснационалните корпорации, все по-силната интернационализация на бизнес и нарастващия брой на сливанията и придобиванията в световен мащаб създават т.нар. от нас „трансфер на бизнес“ посредством бизнескомбинациите между предприятия с раз-

¹⁶⁸ Schuetze, W, Enforcement Issues, and Is the Cost of Purchased Goodwill an Asset?, Financial Accounting and Reporting Section, American Accounting Association, 1998 /<https://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/1998/spch219.htm>, видяна на 01.07.2016.

¹⁶⁹ Johnson, L.T., Petrone, K.R., Is Goodwill an Asset?, Accounting Horizons, Vol.12, №3, Sept.1998, pp.293-303.

¹⁷⁰ Цит. по Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, Стено, Варна, 2012, с.55.

лична националност, като значителна част от тези сделки представляват форма за навлизане на американските фирми на европейския пазар и обратното. Този трансфер на бизнес води след себе си трансфер на информационни ресурси и трансфер на бизнес практики, част от които непознати на местния пазар. Наличието на такива практики налага изработването или в много случаи трансфера на счетоводни решения от една към друга част на света, което може да наблюдаваме и при счетоводното регламентиране на бизнескомбинациите и репутацията.

Периодът от 2005 до днес

Обособяването на този период и поставянето на началото му през 2005 г. е резултат от развитието на стандартизацията на счетоводното отчитане на репутацията в международните счетоводни стандарти (МСС). Последният етап от тази стандартизация започва през 2000 г., когато в САЩ са ревизирани стандарти за отчитане на бизнескомбинациите и репутацията. Следва период на обсъждане на проект за промени в МСС, свързани с хармонизирането на приложимия МСС с относимите американски счетоводни стандарти. Този процес обхваща две фази, първата от които завършва през 2004 г. с публикуването на новия МСФО 3 – Бизнескомбинации. Може да се каже, че в ерата на стандартизацията и глобалната счетоводна хармонизация, това е един от стандартите, по които най-трудно се стига до консенсус и който и до наши дни е обект на множество дискусии. Заложеното изискване за не амортизиране на репутацията и ежегодното ѝ тестване за обезценка представлява своеобразна победа на подхода на справедливата стойност, тъй като се приема, че тя е актив, чиято стойност зависи от бъдещи фактори. Макар да се приема, че обезценките са проявление на консерватизма в счетоводството, неизвестността, която се крие зад тези бъдещи фактори и получените възможности за манипулирането, са далеч от консервативните идеи. Това обяснява защо темата за репутацията винаги е „на гребена на вълната“ в морето от желаниа за всеобща счетоводната хармонизация. Според някои автори, това решение на проблема е оптимално възможното, което „позволява на бизнеса да управлява по-добре резултатите“.¹⁷¹ Управлението на доходите и възможностите за тяхното манипулиране, както и адекватността

¹⁷¹ Виж Ding, Y. etc., Цит. съч., р.39.

на прилаганите тестове за обезценка на репутацията стават актуална тема в наши дни. Желанията на мениджмънта лесно могат да бъдат реализирани посредством завоалиране на техниките, които се прилагат при последващото оценяване на репутацията. Това обяснява защо се говори за нова ревизия на стандартите за отчитане на бизнескомбинациите и защо все повече се прокрадват идеи за връщане на амортизирането на репутацията като подход за нейното последващо оценяване или за опростяване на правилата при тестването ѝ за обезценка. Темата за бизнескомбинациите и репутацията е една от най-дискутираните в специализираната литература в резултат на емпирични проучвания на различни автори и регулаторни органи в периода след 2001 г. до днес, което е знак за нейното сериозно значение за бизнеса и академичната общност. Подобни индикации за значимостта на разглежданите въпроси може да потърсим и в обстоятелството, че това е един от въпросите, при който най-ярко може да изпъкне проявата на икономическия и политически лобизъм в счетоводството при изработването на счетоводните стандарти.¹⁷²

През този период се установява идеята за обясняване на репутацията посредством нейните компоненти. Тази идея се лансира от няколко автори като Lonergan и Bloom.¹⁷³ Както отбелязва Ratiu „тази идея не е толкова нова, но Lonergan е първият автор, който построява теория около нея“.¹⁷⁴ Може да се каже, че той поставя акцента по-скоро върху компонентите, от които е изградена репутацията, а не върху нейното измерване, като приема, че ако се знае от какви елементи се състои репутацията, то това ще бъде от решаващо значение при определяне на периода за амортизирането ѝ. Няколко години по-късно Martin Bloom прави своя адаптация на идеите на Lonergan като посочва и компонентите, от които счита, че се състои репутацията. Освен това теорията на Lonergan разделя компонентите на репутацията на различни категории

¹⁷² Повече по въпроса виж: Филипова, Ф., Счетоводното третиране на бизнескомбинациите: принципи, лобизъм или все повече мъгла, Сборник доклади от научна конференция на тема “Хармонизация на счетоводството”, Варна, 2002, с. 62-72.

¹⁷³ Lonergan, W., Goodwill and bad ideas: fact and fiction in the amortisation debate, *JASSA*, No. 4, Dec 1995, pp. 2-7; Bloom, M., *Double Accounting for Goodwill: A Problem Redefined*, NY, 2008.

¹⁷⁴ Ratiu, R., Tudor, A., The Theoretical Foundation of Goodwill – A Chronological Overview, *Procedia-Social and Behavioral Science*, 92, 2013, p.787.

според полезния им живот с цел улесняване на амортизирането ѝ. Би могло да се каже, че посочената теория в голяма степен се доближава до изискванията, заложи в приложимите счетоводни стандарти МСФО 3 (рев.2008) и SFAS 141, и значително покрива според нас съвременното разбиране за репутацията като израз на „счетоводно неуловимите“ предимства на бизнеса. Притеснителна в тази дефиниция за нас е идеята, че всеки компонент на репутацията може самостоятелно да бъде идентифициран и впоследствие амортизиран, защото считаме, че това е в противоречие с цялостната концепция за репутацията и в този случай нейното признаване като отделен разграничим актив не би било оправдано.

Установяването на едни или други счетоводни правила винаги следва да бъде разглеждано през призмата на конкретните социално-икономически обстоятелства на епохата, в която се развиват. Интересите на различни социално-икономически групи, които са тясно вплетени при счетоводното третиране на репутацията, бяха описани в хода на разработката. Появявайки се за първи път в съдебните актове от 18-19 век, преминавайки през развитието на търговските операции, на бизнеса и индустриалната революция, „преживявайки“ Великата депресия и намирайки своето място в писаните счетоводни правила до наши дни, репутацията винаги е била обект на противоречия както в академичните среди, така и сред бизнес средите, инвеститорите, собствениците и акционерите, мениджърите на компаниите, одитори, банкери, финансови анализатори и практикуващите счетоводители, тъй като всяка от тези заинтересовани обществени групи преследва свои интереси и има свои виждания за мястото на репутацията във финансовите отчети. Интерес представлява и описаната обратна връзка от Briloff. Той открито поддържа тезата, че „много бизнескомбинации не биха се реализирали изобщо, ако методът на обединяването на участията“ беше забранен“.¹⁷⁵ Това за пореден път показва колко важна е разглежданата тема и потвърждава застъпваната от нас теза, че счетоводните техники за отчитане на бизнескомбинациите и в частност на репутацията имат директно въздействие върху икономиката посредством реализирането на всяка комбинационна сделка.

¹⁷⁵ Briloff, A., Engler, C., Accountancy and the Merger Movement: A symbiotic relationship, *Journal of Corporation Law*, Vol.5(1), 1979, p.81.

3. Счетоводно регламентиране на репутацията.

3.1. Положителната репутация в европейската и американската счетоводна система.

Въпросът за същността на репутацията е отбелязван като един от най-противоречивите, което кара много автори да считат, че „счетоводното третиране на репутацията е един от най-сложните въпроси в областта на счетоводството, поради трудностите, които предизвиква нейното идентифициране и измерване“.¹⁷⁶ Наред с изясняване на същността на репутацията от гл.т. на различни теории, една от най-честите дискусии в специализираната литература е за това дали репутацията може да съответства на дефиницията за актив в пълния ѝ смисъл в духа на приложимите счетоводни стандарти. В рамките на приложимите Международните счетоводни стандарти и Международните стандарти за финансово отчитане (МСС/МСФО), репутацията се разглежда като актив, представляващ бъдещите икономически ползи, произтичащи от други активи, придобити в бизнес комбинация, които не са индивидуално идентифицирани и отделно признати. От посоченото определение по категоричен начин може да бъде извлечено потвърждение на тезата, възприета от БМСС, че стойността на бизнеса като цяло може да се различава от сумата на отделните разграничими нетни активи и когато тази разлика е положителна, то тя следва да се признава като репутация. Освен това, за счетоводни цели като актив се признава само репутацията, която е възникнала в резултат на бизнескомбинация. Считаме, че придобиването на бизнес *и неговото продължаване* стои в основата на бизнескомбинациите като икономически операции и има отношение към признаването на репутация от подобни сделки. Внасянето на повече яснота при тълкуването на понятието „бизнес“ считаме, че е от особена важност предвид актуалните дискусии по темата. Подкрепяме становището, че следва да се стесни обхвата на тълкуване на понятието „бизнес“, което ще внесе повече яснота при определянето на приложното поле на бизнескомбинациите и яснота при счетоводно-то им представяне. Това ни дава основание да предложим дефиницията за „бизнес“ да придобие следния вид: **„бизнес“ представлява разгра-**

¹⁷⁶ Boulerne S., Sahut, J.M., Teulon, F., Do IFRS Provide Better Information About Intangibles in Europe?, p.5.<http://ssrn.com/abstract=1756578>, видяна на 05.10.2016.

ничима съвкупност от активи и дейности (и поети задължения), които предприятието ръководи и осъществява с цел получаване на възвръщаемост за инвеститорите под различна форма и които в обозримо бъдеще не се предвижда да бъдат прекратени. Последната част от предложената дефиниция считаме, че е особено важна, тъй като има отношение към цялостната концепция за счетоводно отчитане на една бизнескомбинация. Както вече аргументирахме, придобиването на бизнес и неговото продължаване представлява същината на бизнескомбинациите като икономически операции. Налице са редица примери, както в българската, така и в световната практика, при които мотивите за придобиване далеч не са свързани с продължаване на някаква дейност, а напротив – придобиване на определен набор от активи и дейности по цена, която е приемлива и последващата им препродажба с печалба. В този случай придобитите активи и дейности по същество представляват бизнес и формално сделката следва да бъде представена като бизнескомбинация, но реалната цел на купувача не е продължаване на бизнеса, а краткосрочната продажба на придобитото на по-висока цена.¹⁷⁷

В контекста на признаването на репутацията във финансовия отчет на предприятието, Spacek приема, че репутацията не представлява актив, а следва да се разглежда като превишение на разходите за купувача за придобитите изгоди над разходите за активите, които допринасят за получаването на тези изгоди (доходи).¹⁷⁸ Подобно отношение изразяват Catlet & Olson като твърдят, че базирайки оценките за репутацията на цените на акциите, тя „не е нищо повече от пазарна спекулация за бъдещото развитие на фирмата.“¹⁷⁹ Скептицизмът по отношение на репутацията се поддържа за дълъг период от време и от юридическите среди. Едно от най-крайните определения, което е давано за нея, е в съдебно решение, цитирано от Hoffman, че „репутацията е надежда, основана на

¹⁷⁷ Подобни примери съществуват и у нас. Една от телекомуникационните компании БТК АД беше предмет на няколко сделки, в които купувачи бяха инвестиционни фондове или дружества, регистрирани специално за тази цел, които в период от 1-2 години прехвърлиха собствеността срещу сериозни печалби.

¹⁷⁸ Spacek, L., The treatment of goodwill in the corporate balance sheet, **Journal of Accountancy**, Feb. 1964, p.35.

¹⁷⁹ Catlett, G.R., N.O. Olson, Accounting for Goodwill, Accounting Research Study No. 10, New York, American Institute of Certified Public Accountants, 1968.

вероятности“.¹⁸⁰ Макар и този скептицизъм да е бил насочен по-скоро към тогавашното разбиране за репутацията (1902 г.), което я свързва основно с мястото на бизнеса, то този израз е станал като нарицателен за много от критиците на репутацията въобще. На по-късен етап, както отбелязва Hoffman, разбирането за репутацията, което първоначално ѝ е придавано в съдебните зали като „старите клиенти ще се върнат на познатите места“ става твърде общо и не използваемо. Това обяснява постепенното конкретизиране на същността на репутацията чрез включването на различни нематериални преимущества, които са характерни и свързани с дадено действащо предприятие (бизнес). По този начин вече репутацията обхваща качеството на управление, същността и съществуването на конкурентни предимства, способен персонал, висок кредитен рейтинг, местна позиция, създадени връзки с клиентите и др.

Своят съществен принос по отношение на критиките към използването на репутацията дава и Schuetze¹⁸¹, според който репутацията не може да бъде приета като актив, тъй като не отговаря на изискванията на приложимия счетоводен стандарт за нематериалните активи и не може да бъде обект на отделна продажба. Освен, че оспорва едно от неотменимите качества на актива - да носи икономическа изгода за предприятието отделно от останалите активи, Schuetze продължава своите разсъждения и по отношение на останалите критерии, на които според него не отговаря репутацията. Тя сама по себе си не би могла да се използва за производство на продукция или услуги, не би могла да бъде отдадена под наем или приета като заем срещу определена цена и не би могла да се раздели в полза на собствениците, от което се прави извода, че репутацията не може да бъде контролирана. Като финал на своята теза, Schuetze изтъква, че няма как бъдещите икономически изгоди от репутацията да бъдат измерени с разумна надеждност. Както той посочва „дори на датата на придобиването разходите, направени за репутацията

¹⁸⁰ Hoffman, J., One Step Forward and Two Steps Backward - Goodwill as a Distributable Asset of a Law Partnership, Akron Law Review, 1987, Vol.20, Iss.1, p.157 / <http://ideaexchange.uakron.edu/akronlawreview/vol20/iss1/8>, видяна на 10.08.2016.

¹⁸¹ Schuetze, W, Enforcement Issues, and Is the Cost of Purchased Goodwill an Asset?, Financial Accounting and Reporting Section, American Accounting Association, 1998 / <https://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/1998/spch219.htm>, видяна на 01.07.2016.

не са реален индикатор за стойността на каквито и да е бъдещи икономически изгоди¹⁸², което според него е напълно достатъчно, за да се каже, че репутацията не изпълнява критериите да бъде актив.

Според други автори именно заложените изисквания в концептуалната рамка към Американските и Международните счетоводни стандарти дават основанията за признаването на репутацията като актив. Основната теза е, че репутацията може да се разглежда като актив, контролиран от предприятието, при условие, че ще генерира бъдещи икономически ползи, поради нейната способност да взаимодейства с останалите активи в едно предприятие, в резултат на минало събитие – осъществената бизнескомбинация.

Част от авторите, които най-аргументирано подкрепят тезата за признаването на репутацията като актив според приложимите счетоводни стандарти, са Johnson и Petrone.¹⁸³ В своята публикация те споделят виждането, че репутацията може да бъде разгледана от две перспективи: **отгоре-надолу**, т.е. започвайки от общото към частното и представяйки репутацията като компонент на един по-голям актив и **отдолу-нагоре**, разглеждайки репутацията като съвкупност от отделни компоненти, които я изграждат. При използването на подхода за дефиниране на репутацията „отгоре-надолу“ авторите изхождат от тезата, че репутацията е част от нещо по-голямо, каквото е инвестицията. Тъй като тя е призната като актив, то следва, че след разделянето ѝ на отделни компоненти трябва да бъдат признати различните разграничими активи на индивидуална база и разликата е репутацията.

При анализа на репутацията „отдолу-нагоре“ се споделя виждането, че „ако платената от придобиващия цена превишава справедливата стойност на придобитите разграничими активи това означава, че някакви други ресурси, които имат стойност за придобиващия извън признатите вече, са били придобити“.¹⁸⁴ В контекста на споделените виждания двамата автори дефинират шест възможни компонента, от

¹⁸² Schuetze, W, Пак там.

¹⁸³ Johnson, L.Todd, K. Petrone, Commentary: Is Goodwill an Asset?. Accounting Horizons, Vol 12, No 3, September 1998, p.2 / <http://ssrn.com/abstract=143839>, видяна на 05.02.2016.

¹⁸⁴ Johnson, L.Todd, K. Petrone, Пак там, p. 2.

които се състои репутацията, а именно:¹⁸⁵

- 1) Превишението на справедливите стойности над балансовите стойности на нетните активи на придобиваното предприятие;
- 2) Справедливите стойности на други нетни активи, които не са били признати в отчета на придобиваното предприятие;
- 3) Справедливата стойност на „действащото предприятие“ като част от съществуващ бизнес на придобиваното предприятие;
- 4) Справедливата стойност на синергиите от комбинирането на активите и бизнесите на придобиващия и придобивания;
- 5) Надценяване на сумата, платена от придобиващия най-често в резултат на вероятни грешки при оценка на придобития бизнес;
- 6) Надплащане или недоплащане от страна на придобиващия в резултат на бърза стресова продажба или в условия на търгово наддаване.

Johnson и Petrone считат, че ако заложи на по-широкото интерпретиране на репутацията просто като „премия за придобиването“, всеки от тези шест компонента може да бъде разглеждан като част от репутацията. С цел да конкретизират анализа си, те възприемат тезата, че само компоненти 3) и 4) са „концептуално част от репутацията като актив и за по-голяма точност ги наричат „същинска репутация““.¹⁸⁶ Двата автори разглеждат същинската репутация като анализират поотделно двата ѝ съставни елемента. Те приемат, че репутацията на действащо предприятие (компонент 3) „представлява способността на съществуващ бизнес самостоятелно да печели повече от организираната съвкупност от нетни активи отколкото би се очаквало, ако тези активи и пасиви биха били придобити по отделно“. Тази стойност според Johnson и Petrone е базирана на концепцията за пазарната стойност на компанията като отделно предприятие, стойността (цената), която би била платена за едно предприятие и продължаване на дейността му при положение, че то се разглежда самостоятелно.

¹⁸⁵ Johnson, L.Todd, K. Petrone, Пак там, р. 3

¹⁸⁶ Johnson, L.Todd, K. Petrone, Пак там, р. 4.



Фиг. 2 – Същинска репутация

Източник: Адаптирано по Johnson, L.Todd, K. Petrone, Commentary: Is Goodwill an Asset?. Accounting Horizons, Vol 12, No 3, September 1998.

Оттук считаме, че това е репутацията, която всъщност е вътрешно генерирана в резултат на развитието на бизнеса на придобиваното предприятие и именно тя е обект на оценка от придобиващия в случая. Тази репутация авторите наричат още „предшествваща репутация“. От друга страна синергията от комбинирането на активите (компонент 4) изобщо не съществува преди бизнескомбинацията. Тя се проявява като резултат от сделката по придобиване и нейното проявление зависи изцяло от бъдещото развитие на предприятието. За тази репутация бихме използвали термина „очаквана“ или както е наречена от авторите „комбинационна репутация“. Степента на получаване на икономическите изгоди от нея зависи от реализацията на синергичния ефект след сделката, независимо че придобиващият оценява и плаща за този потенциал към датата на бизнескомбинацията.

Тезата на Johnson и Petrone за представянето на репутацията като съвкупност от елементи е подложена на емпирично тестване в изследването на Henning и др.¹⁸⁷ Те разглеждат 1 576 придобивания за период от 5 години, като получените резултати са в подкрепа на тезата на Johnson и Petrone за измерването на същинската репутация като изразител на репутацията на действащото предприятие и комбинационната репутация.

¹⁸⁷ Henning, St., Barry L. Lewis, Wayne Shaw, Valuation of the Components of Purchased Goodwill, Journal of Accounting Research, Vol. 38, № 2, 2000, p.385 / <http://www.jstor.org/stable/2672938>, видяна на 06.08.2015.

Заклученията им се базират на получената съществена положителна връзка между тези два компонента на същинската репутация и пазарната стойност.

Тези изследвания ни дават основание да считаме за съвсем логично, че именно същинската репутация, дефинирана от Johnson и Petrone, е поставена в основата на бъдещите публикации и на БМСС. Тази констатация може да бъде обективирана, като разгледаме параграф ВС 137 на Основанията за заключение при въвеждането за първи път на действащия МСФО 3, където Бордът описва начините, по които МСФО 3 да избегне включването на останалите компоненти, различни от 3 и 4, в състава на репутацията.¹⁸⁸ Според представителите на БМСС именно „същинската репутация“ отговаря на дефиницията за актив, дадена в Общите положения към МСС/МСФО.

Достигането до настоящото регламентиране на счетоводното отчитане на репутацията в приложимия МСФО 3 – *Бизнескомбинации* е свързано с дълъг и нелек път, който е белязан с много противоречия, опити за налагане на различни концепции, явно изразен икономически натиск и политически лобизъм, което е показател за важността на репутацията като икономическа и счетоводна категория, която често пъти е била в центъра на общественно-икономическите дебати, когато става въпрос за счетоводни регламентации. Започнала своя път между стените на съдебните зали, където е била свързвана основно с определени качества на търговеца и неговия бизнес, които имат стойност, развила се във времето на разцвета на производствения и търговския капитал, концепцията за репутацията се развива паралелно с развитието на счетоводната наука в световен план и така се достига до идеята за нейното нормативно регламентиране като част от осъществена бизнескомбинация.

През 20-те години на 20 век репутацията става актуална тема не само в творчеството на известни автори по счетоводство от онова време, но за първи път получава регламентация в данъчното законодателство на САЩ чрез позоваване на господстващата по това време теория за „свръх печалбите (доходите)“ при търсенето на метод за оценка на репутацията. Това се случва през 1920 г., когато Органът по приходите

¹⁸⁸ Basis for Conclusions on Exposure Draft ED3 -Business Combinations, IASCF Publications Department, London, 2002, p. 50.

в САЩ публикува Appeals and Revenue Memorandum (ARM) 34.¹⁸⁹ Като едно от основанията за неговото издаване се посочва, че много голяма част от компаниите се оценяват само по стойността на техните материални активи и има необходимост от определяне на стойността на нематериалните им активи, която се губи до момента. В този меморандум намират място за първи път две изцяло нови идеи:

- Репутацията съществува само ако бизнесът генерира допълнителни печалби;
- Стойността на репутацията се определя чрез определяне на настоящата стойност на допълнителните доходи.

Застъпваната теза се основава на предположението, че един бизнес, който печели доходи, надвишаващи определен процент от доходността на неговите материални активи, има значителна репутация, която може да се обясни с допълнителните доходи. Докато предприятие, чиято рентабилност на материални активи е по-малка от разумната, не притежава репутация.

Развитието на възгледите за репутацията много добре се вписват в двата основни метода на счетоводната теория – дискриптивен (позитивен) и нормативен метод.¹⁹⁰ *Дискриптивният метод* се състои в описание на вече съществуваща практика, която в последствие прераства в писани нормативни правила (законодателство), което е характерно за страните с подчертано англо-саксонска счетоводна система. Именно по такъв начин се появяват и първите възгледи за репутацията от края на 19 и началото на 20 век, които в последствие дават основата за изработване на първите писани правила през 40-те години на 20 век във Великобритания и САЩ.

При *нормативния метод* изискванията към счетоводството и счетоводната практика са регламентирани по нормативен ред. Този метод е характерен за страни с централизирано регулиране от страна на държавата, с по-слабо функциониращ капиталов пазар и висока степен на фискална ориентация на счетоводството. Този метод пък е характерен

¹⁸⁹ Business Valuations: Fundamentals, Techniques and Theory, National Association of Certified Valuation Analysts, USA, Salt Lake City, 2008, p. 40 / <https://www.scribd.com/doc/211145559/Business-Valuations-Fundamentals-Techniques-and-Theory>, видяна на 10.08.2016.

¹⁹⁰ Филпова, Ф., Цит. Съч., с.24.

за развитието на нормативното регламентиране във Франция, както вече изяснихме.

В подкрепа на казаното е фактът, че за първи път счетоводното отчитане и представянето на репутацията намира място в публикувания в САЩ през 1944 г. ARB № 24 “Отчитане на нематериални активи”.¹⁹¹ Този бюлетин е резултат от дългогодишната работа по институционализацията на финансовите пазари и повишаване на доверието към тях, която започва още през 1933 г. с приемането на Securities Act и по-късно - през 1934 г. със създаването на Комисията по ценните книжа и фондовите борси (SEC) в САЩ. Както вече отбелязахме издаването на Accounting Research Bulletin (ARB) № 24 “Отчитане на нематериални активи” цели постигането на единни правила за отчитането и представянето на бизнескомбинациите и репутацията. Основен момент, имащ отношение и към репутацията, е разделянето на нематериалните активи на два типа:

- нематериални активи от тип „А“ – с определен полезен срок; и
- нематериални активи от тип „Б“ – с неопределен полезен срок.

След като активите биват класифицирани в един от двата типа, към тях се прилагат два различни подхода за третиране. Репутацията, според текста на Бюлетина, би могла да присъства или като тип „А“ или като тип „Б“. В случай, че тя попадне в активите от тип „А“, тогава се приема, че нейната стойност във времето намалява и това дава основание за нейното амортизиране срещу намаляване на печалбата, което води от своя страна до намаление на собствения капитал. При положение, че репутацията се класифицира като тип „Б“, тогава се приема, че за нея не може да бъде определен полезен срок, поради което не следва да бъде амортизирана. В този случай в баланса на предприятието репутацията следва да се показва по стойността, по която е възникнала, като евентуални обезценки или отписване се е допускало само в изключителни случаи.

Като всеки първи опит и този среща своите критици и поддръжници. Регулаторният орган (SEC) счита, че въведената практика за намаление на капитала при амортизиране и обезценка на репутацията следва да бъде конкретизирана. Поради тази причина само една година по-късно SEC издава Accounting Series Releases (ASR) № 50, където е

¹⁹¹ Accounting Research Bulletin No. 24 -Accounting for Intangible Assets, Issued by The Committee on Accounting Procedure, American Institute of Accountants, USA, New York, 1944, <http://clio.lib.olemiss.edu/cdm/ref/collection/deloitte/id/9502> видяна на 10.05.2016.

формулирано изискването това да става срещу текущата печалба, различно от всеки друг елемент на собствения капитал.¹⁹²

В годините след Втората световна война се наблюдава подем в икономическото развитие на САЩ и европейските индустриални сили с изключение на Великобритания. Началото и средата на 50-те години на 20 век са времето, когато развитите европейски държави възстановяват своя икономическия потенциал, растежът на тяхната икономика се засилва, а дялът им в световното производство отново заема значително място. Този период се характеризира с придобивания, при които крупни компании придобиват много малки предприятия като тези сделки не са довели до значителна концентрация на капитала поради не големия размер на болшинството от участващите предприятия.¹⁹³ Всичко това е съпроводено с развитие на бизнес практики, свързани не само и единствено с придобиването като форма на комбиниране на предприятия, а и с обединяването на предприятия под формата на сливания от хоризонтален и вертикален тип. Развитието на двата основни вида бизнес комбиниране (сливане и придобиване) е предпоставка за промяна в нормативното регламентиране на бизнескомбинациите, което намира своето изражение в установяването на два метода за отчитането им – метод на придобиването (purchase method) и метод на обединяването на участията (pooling of interests). Това се случва през 1950 г., когато е публикуван ARB № 40 „Бизнес комбинации”. С публикуването му се въвеждат и указания за използването на двата метода за отчитане на бизнескомбинациите, като се въвежда изискване за покриването на четири качествени теста преди избора на конкретен метода, а именно: продължаване на собствеността, сходен размер на предприятията, продължаване на управлението и сходност на бизнеса. Липсата на един от тези елементи прави невъзможно класифицирането на бизнескомбинацията като обединяване на участията и тя следва да се представи като придобиване.¹⁹⁴

¹⁹² Sanborn, R., Цит. съч., р.106.

¹⁹³ Гохан, П., Слияния, поглощения и реструктуризация компаний, Москва, 2004, с. 51-52.

¹⁹⁴ Accounting Research Bulletin No. 40 -Accounting for Intangible Assets, Issued by The Comittee on Accounting Procedure, American Institute of Accountants, USA, New York, 1950, <http://clio.lib.olemiss.edu/cdm/ref/collection/deloitte/id/9606>, видяна на 20.08.2016.

Установените през 1950 г. правила за отчитането на бизнескомбинациите не са приети безрезервно. Само за няколко години недоволството на критиците сред професионалните среди в САЩ става доста сериозно. Недоволството всъщност не е само по отношение на един стандарт, което обяснява появата на ARB № 43 „Промяна и ревизия на издадени преди бюлетини (ARB)” през 1953 г.,¹⁹⁵ с който се правят промени в редица други стандарти и правила. За периода 1939 – 1953 г. са издадени 42 бюлетина и както е посочено в преамбюла на ARB № 43, необходимостта от промени е продиктувана и от войната, приключила през 1945 г. и проблемите, които тя оставя след себе си. Някои от бюлетините са били изменяни, заменяни, така че да се повиши тяхната полезност. С промените, залегнали в ARB № 43 продължава прилагането на двата метода за отчитане на бизнескомбинациите, но по отношение на репутацията се предлага различно третиране. Въвежда се изискването репутацията да не се отписва към момента на сделката или в бъдещ период директно срещу намаление на собствения капитал. Репутацията се разглежда като нематериален актив и се казва, че като такъв следва да бъде използвана определен период и да се амортизира за този период от време. С тази промяна, както отбелязва Sanborn, „ясно се разграничават всички аспекти на отчитането на бизнескомбинациите и прави разликата между алтернативите значителна“.¹⁹⁶

В търсенето на счетоводни решения в полето на бизнескомбинациите през 1957 г. е публикуван е ARB № 48 „Бизнес комбинации“. Прекалено честите промени, понякога твърде слабо обосновани, са показателен критерий за трудностите, които са съпътствали нормативно-регламентиране на бизнескомбинациите и репутацията в зората на тяхната стандартизация. По този начин (както вече беше изяснено) в САЩ се стига до решението на AICPA да замени CAP с нов орган - APB (Accounting Principles Board). В този орган е съсредоточена отговорността по преработването на счетоводните стандарти и намирането на актуални решения на сериозните проблеми. В отговор на очакванията,

¹⁹⁵ Accounting Research Bulletin № 43 “Restatement and Revision of Accounting Research Bulletins”, 1953./ <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobwhere=1175820900763&blobheader=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.

¹⁹⁶ Sanborn, R, Цит. съч., с. 107.

през 1970 г. са публикувани APB Opinion № 16 „Бизнес комбинации“ и APB Opinion № 17 „Нематериални активи“¹⁹⁷, с което се създават ясни правила за разграничаване на двата метода за отчитане на бизнескомбинациите за дълъг период от време. С APB № 16 са въведени 12 комплексни изисквания, които следва да са налице, за да бъде класифицирана дадена бизнескомбинация като обединяване на участията. Освен това е дадена ясна дефиниция за репутацията, според която „разликата между цената на придобиване за придобитото дружество и сумата от справедливите стойности на дълготрайните материални и разграничими нематериални активи минус получените пасиви се отчита като репутация“.¹⁹⁸ Този текст се допълва с изискванията, записани в параграф 26 на APB Opinion № 17, според които при оценка на придобитите активи, вкл. репутацията в резултат на бизнескомбинации, се прилага общоприетия принцип за оценка по цената на придобиване към датата на сделката. Категорично не се допуска признаването на вътрешно генерираната репутация като част от активите на предприятието.¹⁹⁹ Освен това с пар.29 и 30 се установява един единствен метод за последваща оценка на репутацията чрез нейното амортизиране, като се приема, че това изискване е в съответствие с принципа на съпоставимостта на разходите с приходите. Американският Борд счита, че най-подходящ е линейният метод за амортизация, като се въвежда максимален срок за амортизиране 40 години. Така установените правила в значителна степен изразяват есенцията на вижданията на регулаторните органи в САЩ относно счетоводните стандарти по отношение на бизнескомбинациите и репутацията, поради което остават непроменени по същество за един изключително дълъг период от време - през следващите 30 години.

Както вече беше отбелязано, до голяма степен може да се каже, че

¹⁹⁷ Accounting Principles Board Opinion № 16 “Business Combinations”, August, 1970, <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1175820194221&blobheader=application/pdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.

¹⁹⁸ Пак там, с. 284.

¹⁹⁹ Accounting Principles Board Opinion № 17 “Intangible Assets”, par.26, August, 1970 / <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1175820195241&blobheader=application/pdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.

еволюцията на възгледите за репутацията в този период са част от общата концепция за стандартизиране на счетоводството и създаването на обща концептуална рамка. След създаването на Бордът за американски счетоводни стандарти (FASB) през 1973 г. и публикуването на концептуалната рамка през 1978 г., голяма част от дебатите за репутацията, които до момента са били актуални, постепенно остават на заден план.

По-различен е европейският път на формиране на счетоводни правила, като различията са обусловени от политическите и икономически събития в Европа от това време. Времето след 1950 г. до 1970 г. поставя редица европейски компании пред силната конкуренция на американските предприятия. Създават се условия за т.нар. „трета вълна в сливанията и придобиванията“, което дава тласък на интернационализацията на икономиките. Този факт от своя страна тласка развитието на европейското счетоводно законодателство. Развитието на европейското законодателство е неразривно свързано с изграждането и функционирането на Европейската икономическа общност през 1957 г. Създадена като икономически и политически съюз с цел обединение на силите и възможности за противопоставяне на американската икономика, европейската общност установява единно законодателство за страните – членки. Периодът от началото на 80-те до началото на 90-те години на 20 век много сполучливо е описан от Свраков като време, в което „страните от западна Европа успешно прекъсват епохата на своя счетоводен национализъм“.²⁰⁰ Това се постига чрез хармонизиране на законодателствата на страните-членки посредством приемането на директивите на Общността. Като елемент от общностното законодателство е издадена и Четвъртата директива на ЕС за годишните счетоводни отчети от 25.07.1978 година. В разпоредбата на чл. 9 и 10 от Директивата е предвидено репутацията да се представя в счетоводните баланси на предприятията само, ако тя е придобита възмездно. Освен това с чл. 37, пар. 2 се въвежда изискването репутацията да се отписва за максимален срок от пет години, което правило подлежи на дерогация в местното законодателство на страните-членки, тъй като всяка държава „може да разреши на дружествата систематично да от-

²⁰⁰ Свраков, Ант. и др., Счетоводство 2011, ИК „Труд и право“, София, с. 365.

писват своята репутация в продължение на ограничен срок, който е по-дълъг от пет години, но само при условие, че този срок не надхвърля срока на използване на актива и е посочен и обоснован в приложението към отчета.²⁰¹ От посочените разпоредби става ясно, че Съвета приема репутацията да бъде представена като актив само, ако тя е възникнала в резултат на възмездна сделка по придобиване, което по същество повтаря вижданията на американския борд. Освен това въведеното изискване за отписване на репутацията за период от пет години ни дава основание да изразим виждането, че Съветът приема, че икономическите изгоди, придобити в резултат на сделката и представени посредством репутацията намаляват във времето и нормалния период за тяхното изчерпване е в рамките на пет години или ако има доказателства - за по-дълъг период. И ако тази теза е напълно логична, то неясна за нас остава последната част от цитираната разпоредба, според която по-дългия период за отписване на репутацията, който отделните държави могат да въведат „не надхвърля срока на използване на актива“. Не може да приемем така формулираното изискване, тъй като считаме, че то не е прецизирано, понеже не посочва кой точно срок на използване е визиран и влиза в колизия с концепцията за репутацията. Ако става въпрос за срока на използване на придобития комплекс от активи в резултат на бизнескомбинацията, то е немислимо да се говори за един общ срок на използване, тъй като отделните придобити разграничими активи могат да имат различни полезни срокове. Ако приемем тезата, че е визиран полезният срок на ползване на репутацията като вид актив, то това уточнение губи своя смисъл, тъй като няма как след изтичането на този срок, който се определя от предприятието, активът да продължава да има стойност в баланса му или ако това се случва, то тогава следва да говорим за неспазване на изискванията на счетоводното законодателство.

Паралелно с развитието на правото на Общността през 1973 г. се поставя и началото на европейски орган, имащ задачата да изработи приложими международни стандарти, какъвто е Комитетът по международни счетоводни стандарти (IASB). Като част от неговата програма

²⁰¹ Четвърта директива на Съвета, приета на основание чл.54, пар. 3, буква ж) от Договора относно счетоводните отчети на някои видове дружества (78/660/ЕИО) от 25 юли 1978 г.

е изработването и на стандарт за отчитането на бизнескомбинациите. Вследствие на това за първи път регламентирането на бизнескомбинациите и в частност репутацията, като част от приложимите международни счетоводни стандарти, става през 1983 г., когато е публикуван МСС 22 – Бизнескомбинации, приет за ефективно прилагане от 1985 година. С публикуването на МСС 22 на практика е продължен подходът за първоначално признаване и последващо амортизиране на репутацията. За първи път в Европа посредством регламентациите в МСС 22 се очертават двата основни вида репутация – положителна и отрицателна репутация. Положителната репутация е дефинирана като „бъдещите изгоди, които се очакват от не разграничими активи“. В този първоначален вариант от 1985 г. стандартът въвежда два възможни подхода по отношение на отчитането на възникващата положителна репутация. Единият подход включва признаването и заприходването на положителната репутация като актив и нейното последващо амортизиране в рамките на целия полезен срок. Важно е да отбележим, обаче, че стандартът не определя какъв може да бъде този полезен срок, което е предпоставка за възникване на различни тълкувания на разпоредбите, част от които може да не бъдат подчинени на принципа за вярно и честно представяне. Вторият подход изисква репутацията, която е възникнала в резултат на бизнескомбинация, незабавно да бъде отписана срещу намаление на собствения капитал. Прави впечатление фактът, че както по отношение на положителната, така и по отношение на отрицателната репутация, стандартът допуска прилагането на два алтернативни метода за отчитане, но не предписва препоръчителното използване на един от тях, а оставя това на преценката на ръководствата на предприятията.

През 1993 г. е извършена и първата ревизия на МСС 22. Тя се явява съществена по отношение на счетоводното третиране на репутацията, тъй като отменя част от разпоредбите на предишната версия на стандарта и внася редица ключови уточнения във връзка със счетоводното отчитане на репутацията. По отношение на положителната репутация вече е наложен един единствен подход при нейното признаване, а именно – при възникването ѝ тя следва да бъде заприходвана като актив в предприятието. След първоначалното ѝ признаване, положителната репутация подлежи на амортизиране, като следва да се приложи линейния метод за амортизация за срок, който не надвишава

пет години. В случай, че предприятието реши да амортизира репутацията за период по-дълъг от пет години, то следва това решение да бъде обосновано и оповестено в бележките към ГФО, но въпреки това е въведен максимално допустим срок за амортизация, който не може да надхвърля двадесет години.

Само пет години след първата голяма ревизия на МСС 22 е направена втора такава през 1998 г., която влиза в сила от 1999 г. Това е и последната ревизия на МСС 22, който от 2004 година е заменен с изцяло нов стандарт МСФО 3 – Бизнескомбинации. В тази редакция на стандарта положителната репутация е определена като „всяко превишение на стойността на придобиване над дела на придобиващия, изразен в справедливата стойност на придобитите разграничими активи и пасиви към датата на разменната операция“.²⁰² Дадената дефиниция акцентира по-скоро на начина за измерване на репутацията, а не върху нейната съдържателна страна. Това определено може да се отбележи като недостатък на стандарта, тъй като дефиницията следва да изясни същността на съответния счетоводен обект, какъвто е репутацията, и в следствие да се дават указания за неговото измерване и оценяване. По този повод интерес представляват случаите, при които в резултат на придобиване на предприятие са придобити по-малко от 100% от капитала му. В този случай МСС 22 предвижда репутацията да бъде отчетена само за превишението на платената от придобиващото предприятие цена над справедливата стойност на придобитите разграничими нетни активи. Това на практика означава, че на малцинствените участия (според терминологията на приложимия тогава стандарт) не се приписва положителна репутация.

Положителната репутация следва да бъде заприходена като актив при първоначалното ѝ признаване, като отново е въведено изискване за амортизирането ѝ за период не по-дълъг от двадесет години. Въпреки това ограничение е предвидено изключение, според което полезният срок за амортизиране на репутацията може да надхвърли двадесет години, но в този случай следва отчетената репутация да бъде подложена на ежегодно тестване за обезценка, което да докаже липсата или наличието на промени в стойността ѝ. Според Епстейн и Мирца възприемането на

²⁰² МСС 22 – Бизнескомбинации, ред. 1998, пар.41., www.cielia.net

по-дълъг полезен живот би могло да се дължи на различни фактори, като „предвиждан срок на дейността или индустрията (отрасъла); ефектите от физическата негодност; очакванията за срока, през който ръководни лица или групи служители ще продължат да работят; очаквани действия от страна на конкуренти; правни или договорни условия, оказващи влияние върху полезния срок“.²⁰³ Също по отношение на регламентирания полезен срок за амортизиране на репутацията Филипова счита, че възприетия подход от КМСС представлява „опит за компромисно решение между двете крайни схващания: репутацията да не се амортизира или да се амортизира за срок не по-дълъг от 5 години“.²⁰⁴

Безспорно става ясно, че политиката на БМСС е последователна и не предполага представянето на положителната репутация като постоянен актив в балансите на предприятията, което се постига посредством въвеждането на изискване за нейното ежегодно амортизиране. Тази позиция се подсилва и от регламентацията, залегнала в пар.51 на МСС 22, че „полезният срок на репутацията е винаги определяем“. Това според нас е ключов момент в политиката на БМСС по отношение на регламентирането на последващото отчитане на репутацията, който по-късно търпи сериозна промяна. Освен това явно се застъпва тезата, че наличието на определена несигурност може да оправдае по-консервативни подходи при определяне на полезния срок, но не следва да бъде оправдание при определянето на нереалистично кратки срокове.

При амортизирането на репутацията следва да се използва линейният метод, което не е нелогично, тъй като обосноваването на друг подходящ метод би било изключително трудно. Освен това, при наличието на евентуално намаляване на стойността на репутацията, което е по-голямо от начислената към момента амортизация, има възможност за извършване на обезценка на същата и по този начин нейната стойност да бъде представена в съответствие с принципите за консерватизма и вярното и честно представяне.

В контекста на процеса по стандартизация и в синхрон с регламентациите, залегнали в МСС 22 и SFAS 141 и 142, във Великобритания се

²⁰³ Епстейн, Б., Мирца, А., Коментари и приложения на международните счетоводни стандарти – МСС – 2002/2003“, Изд. „Кабри“, 2002, с.581.

²⁰⁴ Филипова, Ф., Хармонизация на счетоводството. Международни счетоводни стандарти, Стено, Варна, 2001, с. 87.

прави опит за въвеждане на счетоводен регламент по отношение на бизнескомбинациите и репутацията. Разглеждаме опитът на Великобритания в тази област като считаме, че той е особено важен предвид ролята ѝ при цялостното изграждане на системата от счетоводни правила и влиянието на британските счетоводни регулаторни органи в процеса на стандартизация на счетоводството. През 1997 г. с публикуването на FRS 10 – *Репутация и нематериални активи* във Великобритания се възприема нейното капитализиране като актив и амортизирането ѝ за период не по-дълъг от 20 години.²⁰⁵ Както отбелязва Nobes, счетоводната практика във Великобритания в началото на 80-те години на 20 век „варира като включва основно три подхода: признаване на репутацията като постоянен актив, признаване на репутацията и последващото ѝ амортизиране и прилагания от значителна част от предприятията подход на отписване срещу резервите на предприятието.“²⁰⁶ В обобщението към стандарта британският ASB изказва интересно виждане за репутацията, според което „тя не е актив както всички останали активи, нито може да се приеме, че представлява незабавна загуба за предприятието“.²⁰⁷ Според заложените изисквания в издадения FRS 10, положителната репутация се разглежда като елемент на осъществената инвестиция, т.е. като част от един по-голям актив, който подлежи на отчитане. Възприето е тази придобита репутация да бъде амортизирана за период, който не надхвърля 20 години, което от своя страна е израз на вижданията на британския комитет за счетоводни стандарти, който „не приема становището, че щом бизнесът е успешен, стойността на репутацията се запазва или дори увеличава“.²⁰⁸ Основен аргумент в подкрепа на това становище е наличието на вътрешна репутация, която се създава в предприятието. Тъй като за последната е въведена забрана за капитализирането ѝ като актив в предприятието, а бордът счита, че именно тя заменя придобитата репутация с течение на времето, то това

²⁰⁵ Financial Reporting Standard (FRS) 10 – Goodwill and Intangible Assets, ASB/ <http://frc.org.uk/Our-Work/Publications/ASB/FRS-10-Goodwill-and-Intangible-Assets-File.pdf>, видяна на 10.01.2016.

²⁰⁶ Nobes, Ch., A Political History of Goodwill in the U.K.: An Illustration of Cyclical Standard Setting, *ABACUS*, Vol. 28, Issue 2, p. 142 – 167.

²⁰⁷ FRS 10 – Goodwill and Intangible Assets, ASB, Summary, Par. b), p.3.

²⁰⁸ Филипова, Ф., Хармонизация на счетоводството. МСС, Стено, Варна, 2001, с.86.

означава, че репутацията има ограничен полезен срок и аргументите в полза на амортизирането изглеждат убедителни.

В същия този период, когато се развива европейското направление в третирането на репутацията, настъпва голямата промяна във Франция. След близо 60 години без съществена промяна в счетоводното третиране на нематериалните активи и в частност на репутацията, през 1982 г. е издаден Общия счетоводен план (Plan Comptable General). Той в значителната си част съответства на разпоредбите на Четвъртата директива на ЕС за годишните финансови отчети от 25.07.1978 година и предвижда признаването на репутацията като актив и възможност за нейното амортизиране.²⁰⁹

Както не веднъж отбелязахме, развитието на счетоводното законодателство е поставено в зависимост от развитието на икономическите и политически процеси в световен мащаб. Периодът между 1988 и 2000 г. се характеризира с високия ръст на сливанията и придобиванията, което от своя страна дава огромен стимул пред мениджърите на предприятията за увеличаване на стойността на техните компании чрез използване на различни управленски и финансови стратегии, които да доведат до бърз растеж на цените на техните акции. Водени от идеята за хармонизиране и конвергенция на счетоводните правила двата основни регулаторни органа – FASB и IASB стартират проект за хармонизиране на счетоводните стандарти в областта на бизнескомбинациите, който следва да бъде реализиран в две фази. Резултатът е скрепен с издадения през 2004 г. МСФО 3 – *Бизнескомбинации*, като част от общия проект за хармонизиране на счетоводните стандарти. Три години по-рано американският регулаторен орган е публикувал ревизия на SFAS 141 – *Бизнескомбинации* и SFAS 142 – *Репутация и други нематериални активи* от 1998 г., който налага концептуални промени при отчитането на бизнескомбинациите. По отношение на важността на този проект, самият регулаторен орган в САЩ признава, че „40% от времето им е било заето в работа по проекти, свързани с бизнескомбинациите“.²¹⁰

²⁰⁹ Гусев, Е., Иванов, А, Саломатина, Е., Генезис дефиниции гудвила, *Економическа теория и мировая экономика*, №2, том 8, 2014, с.15.

²¹⁰ Zeff, St., Political lobbying on Accounting Standards – US, UK and international experience, p. 223.[http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20\(10th%20Edition\)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20](http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20(10th%20Edition)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20)

В издадения през 2004 г. МСФО 3 – *Бизнескомбинации* репутацията е дефинирана като „бъдещи икономически ползи, възникващи от активи, които не могат да бъдат идентифицирани индивидуално и признати отделно“.²¹¹ Тази дефиниция съществено се различава от последната, дадена в МСС 22. Основната разлика се заключава в обстоятелството, че вече се измества акцентът от начина на измерване върху същността на репутацията, нещо, което считахме за недостатък на предишното дефиниране в МСС 22 (ред. 1998). По същество тази дефиниция може да се разглежда като потвърждение на схващането, че репутацията е израз на определен комплекс от нематериални преимущества, които поотделно не биха били признати в качеството им на разграничими активи. Развитието във възгледите на БМСС, представено чрез последната дефиниция, напълно съвпада с изложените виждания на Johnson и Petrone за т.нар. „същинска репутация“, според които „наистина, репутацията е актив, който на практика обхваща фактори, които не притежават основните характеристики на актив“.²¹² Именно невъзможността поотделно да бъдат идентифицирани факторите, които изграждат репутацията, и признаването на съществуването им като елемент на репутацията, е ключов момент в нейното разбиране.

В обобщение може да се каже, че така както е дефинирана репутацията в приложимия МСФО 3 може да покрие определението за актив, дадено в Концептуалната рамка към МСС/МСФО²¹³ и в същото време дефиницията е в синхрон с вижданията за същността на репутацията и признаването ѝ като актив, които бяха разгледани. Основанията ни за подобно заключение могат да бъдат резюмирани по следния начин:

- репутацията е ресурс, който е контролиран от предприятието и този контрол се реализира практически посредством формирането на контролно участие на придобиващия в придобитото предприятие, по отношение на което е отчетена репутацията;

On%20Accounting%20Standards-US,%20UK%20And%20International%20Experience.pdf, видяна на 10.10.2016.

²¹¹ Международен стандарт за финансово отчитане 3 – Бизнес комбинации (ред. 2004), Приложение А.

²¹² Johnson, T, Petrone, K., Цит. съч.

²¹³ The Conceptual Framework for Financial Reporting, International Accounting Standards Board (IASB), <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/PdfALone?id=16031&sidebarOption=UnaccompaniedConceptual>.

- тя е резултат от минало събитие каквото представлява осъществената бизнескомбинация между придобиващия и придобитото предприятие;
- очакват се бъдещи икономически изгоди за предприятието – това, както стана ясно, е един от най-критикуваните аспекти при признаване на репутацията, затова считаме, че е важно да отбележим, че „същинската репутация“ сама по себе си не се очаква да доведе до възникването на бъдещите изгоди за предприятието, но независимо от това, бъдещи икономически изгоди се очаква да бъдат реализирани от комбинацията на репутацията с други активи, като по този начин индиректно ще допринесат за бъдещи парични потоци.

3.2. Отрицателната репутация (печалба от изгодна покупка) в европейската и американската счетоводна система.

Самият термин „отрицателна репутация“ не е приет еднозначно дотолкова, че когато се говори за репутация се влага разбирането за нещо, което има стойност и тя е определено положителна. Някои автори дори казват, че този термин просто „звучи академично“²¹⁴ Независимо от начина, по който се възприема, отрицателната репутация като термин е въведена с цел да официализира един твърде съществен момент в някои бизнескомбинации, а именно възможността в резултат на такава сделка за предприятието да възникне изгодна покупка, от която то да спечели. На практика реализирането на изгодната покупка се свързва с обстоятелството, че придобиващият е заплатил цена, която е по-ниска от стойността на придобитите нетни разграничени активи. Първоначалното усещане за реализирана изгодна сделка може да се окаже не съвсем коректно, тъй като зад платената по-ниска цена може да се крие поет ангажимент за извършване на бъдещи разходи, които придобиващият ще извърши след сделката и които да са свързани с възстановяване на част от дейността на придобитото предприятие, възобновяване на спрени производства и т.н.

Независимо какви са мотивите за възникването на отрицателната

²¹⁴ Епстейн, Б., Мирца, А., Коментари и приложения на международните счетоводни стандарти – МСС – 2002/2003“, Изд. „Кабри“, 2002, с.584.

репутация считаме, че въпросът с регламентирането на отчитането ѝ като резултат от осъществена бизнескомбинация също е от съществено значение при разбирането на цялостната концепция за репутацията. По отношение на възникналата отрицателна репутация, МСС 22 (ред. 1985) също въвежда два възможни подхода за третиране. Според първия подход възникналата отрицателна репутация следва да бъде отчетена като приход за бъдещ период (отсрочен приход), за който обаче отново не е посочен срок, в рамките на който да бъде признат в текущите приходи на предприятието. Вторият подход е твърде различен. Той изисква възникналата отрицателна репутация да бъде разпределена върху придобитите разграничими непарични активи. Въведено е изискването това разпределяне да бъде извършено пропорционално на тяхната справедлива стойност.

В последвалата редакция на стандарта от 1993 г. също са извършени значими промени и по отношение на отрицателната репутация. Отново се предлагат два подхода при нейното счетоводно третиране, но за разлика от предходната версия на стандарта тук единият подход е изведен като препоръчителен, а другият – като алтернативен. Според препоръчителния подход в МСС 22 (рев.1993 г.) първо следва справедливите стойности на придобитите разграничими непарични активи да бъдат намалени пропорционално. Ако след това остане някаква сума, то тя следва да бъде представена като приход за бъдещи периоди. Този приход следва да бъде признат като текущ за срок не по-дълъг от пет години, а в случаите, в които това може да бъде обосновано периодът може да бъде удължен до не повече от 20 години.

Заслужава внимание и въпросът за счетоводното третиране, което предлага МСС 22 (ред. 1998) на случаите, когато платената цена е значително по-ниска от стойността на придобитите нетни активи. Според пар. 59 на стандарта „всяко превишение на дела на придобиващия в справедливата стойност на придобитите разграничими активи и пасиви над стойността на придобиване към датата на разменната операция трябва да се признае като отрицателна репутация“.²¹⁵ По същество дефиницията за отрицателната репутация не е променена от предходната редакция на стандарта през 1993 г., но и тук, както отбелязва Филипова,

²¹⁵ МСС 22 – Бизнескомбинации, ред. 1998, пар.59., www.ciela.net

е „постигната форма на компромис между съществуващите различни виждания във водещите страни“.²¹⁶ Този компромис е резултат от прилагането на комбинация от препоръчителния и алтернативния подход при първоначалната оценка на възникналата отрицателна репутация.

Препоръчителният подход налага изискването придобитите активи и пасиви да бъдат заприходени по цена на придобиване и при евентуална тяхна продажба или получаване на доходност от тях по друг начин да бъде призната и получената отстъпка при сделката. Поради тази причина някои автори споделят виждането, че този подход е израз на принципа на благоразумието, според който следва „да се намалят справедливите стойности на непаричните активи“²¹⁷ и чак след това да се признае отрицателна репутация, ако такава остане. Това изискване се свързва с разбирането, че отрицателната репутация може да бъде свързана с очаквания на придобиващия за бъдещи разходи или загуби в резултат на сделката.

Алтернативният подход определя отрицателната репутация като разлика между справедливите стойности на разграничимите активи и пасиви и платената цена за придобиването. Според този подход разграничимите активи и пасиви следва да бъдат признати по техните справедливи стойности, а не по цената им на придобиване, както е според препоръчителния подход.

В последната си редакция МСС 22 възприема, че съществуването на отрицателна репутация може да бъде резултат от това, че определени разграничими активи са били надценени и/или че някои разграничими пасиви са били подценени или въобще не са влезли в обсега на признаването и оценяването от придобиващия. Ето защо, за да има основание придобиващия за признаване на отрицателна репутация във финансовия отчет след сделката, следва да се установи със сигурност, че нито едно от горните предположения не е изпълнено.

Друг специфичен въпрос по отношение на отрицателната репутация, който считаме, че има особено важно значение при нейното отчитане и представяне е свързан с определянето на срок за признаването ѝ като приход. Тук следва да отбележим, че за разлика от предишните редакции на стандарта, в последната му версия не съществува ограни-

²¹⁶ Филипова, Ф., Хармонизация на счетоводството. МСС, Стено, Варна, 2001, с. 88.

²¹⁷ Филипова, Ф., Пак там, с.89.

чение в срока, за който отрицателната репутация да бъде призната като текущ приход. Макар към днешна дата този стандарт да е просто част от историята, считаме че подобна регламентация е „ползна“ от гл.т. на управлението на резултатите (доходността), тъй като позволява по-широко интерпретиране. Макар да има заложено изискване за признаването на репутацията в периода на възникване на евентуалните бъдещи загуби и/или разходи, с които тя е свързана, логично би било да се зададе въпроса: А какво би станало, ако такива загуби просто не бъдат реализирани? Ръководството може да променя прогнозите си, макар да има изготвен план при придобиването и така да отлага или просто да измества напред във времето признаването на прихода. Стандартът дава частичен отговор на този казус като въвежда изискване за случаите, при които тези разходи и загуби не настъпят в периода, в който се очакват. В тези случаи предприятието следва да признае отчетената отрицателна репутация като приход за времето на полезния живот на разграничимите непарични активи, които са придобити. Въпреки това считаме, че е следвало да бъде въведено времево ограничение за признаването ѝ от гл.т. на съпоставимостта на подходите при отчитането на двата вида репутация.

На последно място, но не по значение, е представянето на репутацията в баланса на предприятието. Докато по отношение на положителната репутация не съществуват различия относно нейното представяне като форма на нематериален актив и консенсусът изглежда постигнат, то подходът за представянето на отрицателната репутация, регламентиран в последната редакция на МСС 22, е наречен от някои автори дори „най-неочакваната промяна“.²¹⁸ Промяната се състои във въвеждане на изискването за представяне на отрицателната репутация като отрицателно перо в актива на счетоводния баланс. Този нов момент заменя предишното изискване за представяне, според което отрицателната репутация следва да се представи в състава на пасивите на предприятието. По отношение на това представяне Епстейн и Мирца считат, че „логиката за изключването (*на отрицателната репутация – бел. моя*) от раздела на пасивите в баланса е напълно ясна, отрицателната репутация не представлява задължение към външни предприятия

²¹⁸ Епстейн, Б., Мирца, А., Коментари и приложения на международните счетоводни стандарти – МСС – 2002/2003“, Изд. „Кабри“, 2002, с.587.

за прехвърляне на икономически ресурси извън предприятието“.²¹⁹

По наше мнение, представянето на отрицателната репутация следва да бъде обосновано с икономическия характер на този вид репутация. Както стана ясно, най-често тя се свързва с реализирането на изгодна покупка (печалба от изгодна сделка) или с платена по-ниска цена срещу евентуални бъдещи разходи и загуби, които придобиващия следва да извърши/понесе. В контекста на тези схващания считаме, че във всеки случай, в който не става въпрос за понасянето на евентуални загуби и не може да се говори за манипулирани оценки на придобитите разграничими активи, следва възникналата разлика при придобиването да се отразява в увеличение на финансовия резултат, тъй като по същество представлява увеличение на изгодата за придобиващия. В случаите, когато в основата на възникването на отрицателната репутация стоят бъдещи разходи и загуби, следва тя да се представи като елемент на собствения капитал с наименование „Резерви от придобивания“, като сумата от тази статия се отнася систематично в текущия резултат от дейността на базата на извършените разходи. Тук считаме, че представянето в раздела за приходи за бъдещи периоди не е съвсем коректно, тъй като по принцип приходите за бъдещи периоди имат като източник предварително получени суми или аванси от клиенти, срещу които получателят има поето задължение за извършване на бъдеща доставка.

Нов момент в издадения през 2004 г. МСФО 3 - *Бизнескомбинации* е признаването в баланса на предприятието само на един вид репутация – положителната или наречена още търговска репутация. Разликата, възникваща при придобиване и дефинирана в МСС 22 като отрицателната репутация, вече не се представя в баланса на придобиващото предприятие. Тази разлика се нарича „печалба от изгодна покупка“, което по същество показва вижданията на БМСС за нейното счетоводно третиране. Според изискванията, заложи в МСФО 3 (ред. 2004), към датата на бизнескомбинацията всяка възникнала разлика с характер на отрицателна репутация следва да бъде призната веднага в печалбите или загубите за периода, като е въведено изискване за извършване на преглед за спазването на заложените в стандарта процедури при нейното оценяване. По отношение на оценяването на репутацията при

²¹⁹ Пак там, с. 587.

нейното първоначално признаване и в последващи периоди, също са извършени сериозни промени, които ще имат отношение към цялостното възприемане на концепцията за репутацията в бъдеще. Тези промени ще бъдат обект на разглеждане и дискутиране на по-късен етап в разработката.

Въпреки стартирането на общ проект по хармонизиране на счетоводните правила в полето на бизнескомбинациите между IASB и FASB, изданието МСФО 3 (ред. 2004) съдържа доста различия в сравнение с действащите счетоводни правила в САЩ. Това дава тласък на реализирането на втората фаза от проекта „Бизнескомбинации“. Тази втора фаза завърши с издаването на редакция на МСФО 3 от 2009 година, която направи стандарта значително по-близък до приложимите правила в американските счетоводни стандарти. Направените промени не засягат по същество дефиницията за репутацията в нейната същност. Забелязва се устойчивост по отношение на едно от ключовите схващания, че репутацията може да възникне само в контекста на реализирана бизнескомбинация и не може да се прояви при покупко-продажбата на актив или група активи на предприятието (освен ако те не могат да бъдат дефинирани като „бизнес“ по смисъла на стандарта). В основната си част направените промени са насочени към промяна в начините за оценка на репутацията при първоначалното ѝ признаване и ще имат значение за сумата на признатата репутация и размера на неконтролиращото участие, което пък би повлияло върху оперативните резултати през годината на осъществяване на сделката и в следващи отчетни периоди.

Британският счетоводен стандарт FRS 10 – *Репутация и нематериални активи*, публикуван през 1997 г., допуска възникването на отрицателна репутация, но въвежда строги изисквания при нейното признаване. Преди да бъде представена в баланса, е въведено изискване за повторен преглед на получените справедливи стойности на придобитите разграничими нетни активи от гл.т. на евентуални допуснати грешки, след което получената разлика да бъде представена в баланса. Представя се в баланса на предприятието като приход за бъдещ период, който следва да бъде признат като текущ в зависимост от използването на придобитите разграничими непарични активи – при тяхното

амортизиране или при продажбата им.²²⁰ Всички разгледани особености на регламентирането на репутацията във Великобритания налагат извода, че като цяло FRS 10 може да се разглежда като приемливо решение, което слага край на дългите дебати във Великобритания, тъй като предлага счетоводно третиране, което е в съответствие с приетия вече МСС 22 (ред.1993) и действащите счетоводни правила в САЩ.

3.3. Нормативно регламентиране на репутацията в България.

Българската счетоводна практика по отношение на регламентирането на бизнескомбинациите и репутацията води своето начало от 1993 г. У нас, както в повечето европейски страни, след 2000 г. няма отделен стандарт, регламентиращ отчитането на репутацията, а тези въпроси са залегнали в счетоводния стандарт за отчитането на бизнескомбинациите, тъй като репутацията се разглежда като неизменна част от този вид сделки. За първи път репутацията се споменава в приложим счетоводен стандарт у нас през 1993 г., когато е приет Национален счетоводен стандарт (НСС) 15 – *Отчитане на инвестициите*.²²¹ Следва да отбележим, че в посочения стандарт се преплитат въпроси както на бизнескомбинациите, така и на инвестициите, по което нашето счетоводно законодателство на практика се различава от регламентирането в МСС по това време. Във връзка с отчитането на репутацията, възникваща при сделките по придобиване, НСС 15 разглежда два варианта. При първия вариант се посочва, че „когато едно предприятие придобива друго предприятие и последното престане да съществува, разликата между отчетната стойност на придобитите активи и пасиви и тяхната цена на придобиване за купувача е репутация“²²². Във втория случай стандартът разглежда ситуациите, в които след придобиването, придобитото предприятие остава да съществува и става дъщерно за придобиващото, като в пар. 6 се посочва, че в този случай „репутацията ще

²²⁰ FRS 10 – Goodwill and Intangible Assets, ASB, Par. 48-50.

²²¹ Национален счетоводен стандарт 15 – Отчитане на инвестициите, ДВ бр.4 от 1993./ ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 276 НА МИНИСТЕРСКИЯ СЪВЕТ ОТ 30 ДЕКЕМВРИ 1992 Г. ЗА ПРИЕМАНЕ НА НАЦИОНАЛНИ СЧЕТОВОДНИ СТАНДАРТИ, Обн. ДВ. бр.4 от 15 Януари 1993 г. отм. ДВ. бр.81 от 24 Септември 1996 г.

²²² Вж т.5 от НСС 15 – Отчитане на инвестициите, ДВ бр.4 от 1993.

се появи само при консолидиране на счетоводните отчети“. Посочването на тези две проявни форми на репутацията – в индивидуалните отчети и в консолидирания отчет на практика е свързано с възможностите, които законодателят е предвидил за осъществяване на бизнескомбинацията „придобиване“, а именно – след сделката придобитото предприятие да престане да съществува или да продължи да бъде действащо и да стане дъщерно на придобиващото предприятие. Това ни дава основание да заключим, че законодателят приема, че репутацията може да възникне само при бизнескомбинация „придобиване“, което по същество отговаря и на изискванията на приложимия по това време МСС 22. Въпреки това няма как да не отбележим, че стандартът не дава отделна дефиниция както за понятието „бизнескомбинация“, така и за категорията „репутация“, като последната де факто е представена като възникнала математическа разлика при придобиването. Като такава е определена тя и в изрично писмо на Министерство на финансите от 1995 г., където се казва, че „всъщност репутацията е ценова разлика вследствие прилагането на различни методи и критерии на оценка на приватизационната сделка“, което показва постоянство във възгледите на финансовото министерство, под чието ръководство се разработват и националните счетоводни стандарти.²²³ Освен това, в счетоводния стандарт репутацията се представя като разлика между отчетната стойност на придобитите активи и пасиви и платената за тях цена, без да се взема под внимание справедливата им стойност към датата на бизнескомбинацията, което е основен акцент според нас. Това от своя страна може да бъде разгледано като сериозно отклонение от концепцията за репутацията, заложена както в приложимите МСС, така и в произведенията на редица учени, които разгледахме.²²⁴

В периода 1995 – 1998 г. у нас са издадени няколко счетоводни

²²³ ПИСМО № Д-24-12-0006/13.03.1995 г. на Министерство на финансите, <http://web6.ciela.net/Document/DocumentHighlighted?dbId=0&documentId=1120927861&searchedText=%D0%BD%D1%81%D1%81%2015&edition=2147483647&iconId=6&stateObject={%22kind%22:%22getSearchResults%22,%22page%22:1,%22navigateTo%22:%22/AllProducts%22,%22sortAsc%22:%22asc%22%7D%22}>, видяна на 05.08.2016.

²²⁴ В МСС 22, както и в публикациите на разгледаните преди това автори се застъпва тезата, че купувачът следва да приложи справедливите оценки към придобитите нетни активи и чак тогава да се търси възникването на репутация, която да изразява неоченената стойност на придобития имуществен комплекс.

стандарта, които обаче не дават пълно описание и цялостно регламентиране на отчитането на репутацията, а по-скоро тяхното изработване е плод на социално-икономическата ситуация в страната.²²⁵ Такива са издадения през 1995 г. НСС 26 – *Отчитане на преобразуването на предприятията*²²⁶ и НСС 31 – *Отчитане на приватизационните сделки*²²⁷ като в последния стандарт е дадена една специфична дефиниция за репутацията, която представлява интерес за нас. Тя е определена като „разлика между покупната цена на акциите и дяловете и собствения капитал на приватизираното предприятие“²²⁸, като е въведено едно допълнително изискване за справедлива оценка на придобитите нетни активи на предприятието от лицензиран оценител. Тези изисквания доближават репутацията до актуалното разбиране за нея в НСС 22 без обаче да дават отговор за посочването ѝ в индивидуалния или консолидирания отчет на придобиващия.

През март 1998 г. е приет НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации*²²⁹, който по същество е първият специализиран счетоводен стандарт, регламентиращ бизнескомбинациите и възникващата в резултат на тяхното осъществяване репутация. Обективният поглед върху неговите разпоредби води до извода, че в значителна степен те се базират върху издадения през 1993 г. МСС 22. За първи път ясно се говори за възникване на положителна и отрицателна репутация от бизнескомбинация, доколкото последната не е била обект на специално регламентиране до момента. В т.7.1 е дадена и дефиницията за положителна репутация, според която тя представлява „превишени-

²²⁵ За повече информация Виж: Атанасов, Ат., Счетоводното регламентиране на репутацията в България – исторически преглед и анализ. сп. Управление и образование, Бургас: Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, 2017, XIII (1), с. 96-106.

²²⁶ НСС26 - Отчитане на преобразуването на предприятията / Постановление № 151 на Министерския съвет от 25 юли 1995 г. за допълнение на Постановление № 276 на Министерския съвет от 1992 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ. бр.69 от 4 Август 1995 г.

²²⁷ НСС31 - Отчитане на приватизационните сделки / Постановление № 99 на Министерския съвет от 29 април 1996 г. за допълнение на Постановление № 276 на Министерския съвет от 1992 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ. бр.40 от 10 Май 1996г.

²²⁸ НСС31 - Отчитане на приватизационните сделки, ДВ бр.40 / 1996г.

²²⁹ НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации* / Постановление № 65 от 25 март 1998 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ бр.36 от 31 Март 1998г.

ето на разходите по придобиването над дела на придобиващия в справедливата стойност на придобитите разграничими активи и пасиви към датата на разменната операция²³⁰ и следва да бъде представена в баланса като дълготраен актив. Тази дефиниция е буквално пренесена от действащия МСС и категорично не дава отговор за същността на репутацията като актив. Става ясно, че у нас е възприет подхода за капитализиране на репутацията като актив и представянето ѝ в счетоводния баланс след сделката. Въведеното изискване в т. 7.1.2 на стандарта, положителната репутация да се амортизира, също е в синхрон с приложимия МСС, но прави впечатление, че нашият законодател, при въвеждане на периода за амортизирането ѝ, използва израза „за полезния ѝ **срок на годност**, но не повече от 10 години“, което считаме за твърде неуместно за който и да е актив, още повече за специфичен обект на отчитане, какъвто е репутацията. Интересно е виждането на българския законодател да определи 10 годишен период, в който да бъде амортизирана положителната репутация, тъй като то се различава от възприетата практика от БМСС, който е определил 5 годишен период, а в изключителни случаи период от 20 години. Няма как да подминем и въведеното изискване в т.7.1.4, според което „когато към датата на съставяне на годишния счетоводен отчет бъдещата икономическа изгода от положителната търговска репутация е намаляла, **сумата на репутацията се отписва и неамортизираната част се отнася като извънреден разход (курсивът мой)**“.²³¹ На пръв поглед това изискване изглежда в синхрон с прилагането на концепцията за консерватизма в счетоводството и в тясна връзка с вижданията на редица автори, че стойността на репутацията във времето намалява, но по нелинеен начин, поради което е възможно тя да бъде обезценена повече от начислената ѝ към момента амортизация. Само че тук законодателят не въвежда изискване за евентуална обезценка на положителната репутация, какъвто подход е залегнал в МСС, а се изисква незабавно отписване на неамортизираната част от репутацията. Това регламентиране може да бъде определено като крайно неточно и объркващо, не просто защото е в разрез с приложимия МСС 22, но поради факта, че законодателят не визиращ случаите, при които става въпрос за *изчерпана* икономическа изгода, а

²³⁰ НСС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, т.7.1, Обн. ДВ бр.36 от 31 Март 1998г.

²³¹ НСС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, т.7.1.4, Обн. ДВ бр.36 от 31 Март 1998 г.

за *намаляла* изгода. Ако приемем, че икономическата изгода е *намаляла*, но не е *изчерпана*, т.е. предприятието вижда потенциал в представения във финансовия отчет актив, то в този случай за нас остава енигматичен аргумента, поради който следва да го отписва.

Само четири години след влизането си в сила НСС 22 търпи своята първа по-съществена редакция. През 2002 г. влиза в сила редакцията на стандарта, за която може да се каже, че се появява в отговор на увеличението на сделките по сливане и придобиване в националното и световно стопанство и последвалата ревизия на МСС 22 от 1999 година. По този начин нормите и правилата, заложиени в НСС 22, са базирани на постановките на международния стандарт. Според т.б.1 от стандарта положителната репутация представлява „всяко превишение на първоначалната стойност на придобиването над стойността на нетните активи, получена от справедливите стойности на придобитите разграничени активи и пасиви“.²³² Прави впечатление фактът, че при дефинирането отново се акцентира не върху съдържателната страна на репутацията, а върху начина за нейното измерване. Въпреки това, следва да отбележим, че посоченото определение вече въвежда израза „първоначална стойност на придобиването“, което от своя страна е дефинирано в т.4.2 – 4.4 на стандарта. Този момент считаме за съществен, тъй като формираната стойност на придобиването има значение както от гл.т. на момента на разменната операция по плащане на постигнатата стойност (преди или след сделката), така и за признатата репутация от тази сделка. Изрично е пояснено, че репутацията ще се отрази в самостоятелния финансов отчет на придобиващото предприятие, само когато инвестицията се отчита по метода на собствения капитал, като е казано, че в този случай се прилагат изискванията за положителна или отрицателна репутация, посочени в стандарта. Възприето е положителната репутация да се отразява в актива на баланса на придобиващото предприятие като самостоятелна балансова статия „търговска репутация“, която е положителна величина. Тя следва да се амортизира на систематична база по време на полезния ѝ живот, който не следва да надхвърля 20 години. Наблюдава се промяна в нормативното решение от страна на законодателя по отношение последващото оценяване на признатата положителна репутация. Както

²³² НСС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, Обн. ДВ. бр.22 от 27 Февруари 2002 г.

посочихме вече, предишната редакция на стандарта изискваше при намаляване на стойността на положителната репутация тя да бъде незабавно отписвана, подход, който категорично оспорихме. В редакцията от 2002 г. се въвежда изискването след първоначалното признаване положителната репутация да се отчита по стойност, намалена с начислената амортизация и всякакви натрупани загуби от обезценка.

Издаденият през 2002 г. НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации* е отменен през април 2005 г. като е заменен от стандарт със същия номер и наименование - СС 22 - *Отчитане на бизнескомбинации*, който в последствие става част от приетите Национални стандарти за финансови отчети на малки и средни предприятия (НСФОМСП).²³³ Този стандарт на практика е приложим и към момента, тъй като приетите промени в Националните счетоводни стандарти в сила от 01.01.2016 г. не засегнаха НСС 22. Въпреки динамичните промени в областта на сливанията и придобиванията в световен мащаб и наложилите се промени в правилата за тяхното счетоводно отчитане, първо в САЩ през 2001 г., а после и в общия проект на FASB и IASB, довел до отмяна на МСС 22 и издаването на МСФО 3 през 2004 г., в националния ни стандарт по отношение на бизнескомбинациите и репутацията, който е ревизиран през 2007 г. и 2016 г. не бяха извършени никакви промени. Това означава, че в този си вид НСС 22 е в унисон с нормите на МСС 22 в редакцията му от 1999 г., което го отдалечава значително от актуалните приложими международни счетоводни бази. Някои промени са извършени при редакцията на стандарта през 2007 г. като една от тези редакции включва прецизиране на дефинициите за положителната и отрицателната репутация. Освен това, през 2007 г. беше извършена и промяна в периода за амортизиране на възникналата положителна репутация. В действащия до тогава стандарт репутацията се амортизираше за период не по-дълъг от 20 години, докато след редакцията е въведено ограничение – до 5 години. Тази промяна е пряко свързана с транспонирането на Директивите на ЕС в националното ни законодателство и по-конкретно се налага поради синхронизиране на СС 22 с текстовете на чл.37, ал.2 и чл.34 ал.1 (а) от действащата тогава Четвърта директива на ЕС.²³⁴ Все пак на предприятията е

²³³ СС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, Обн. ДВ бр.30 от 07.04.2005 г., изм. ДВ бр. 86 от 26.10.2007 г.

²³⁴ Четвърта директива на Съвета, приета на основание чл.54, пар. 3, буква ж) от

предоставена възможността при наличие на убедителни доказателства, полезният живот на репутацията да бъде над 5 години. След тези промени дефиницията за положителната репутация, дадена в приложимия НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации*²³⁵ определя репутацията като „всяко превишение на първоначалната стойност на придобиването над дела на придобиващото предприятие в справедливата стойност на придобитите нетни активи (разграничимите активи, намалени с разграничимите пасиви) към датата на придобиването“. Така признатата положителна репутация следва да бъде посочена в актива на баланса на придобиващото предприятие като положителна величина. Запазено е изискването положителната репутация да бъде амортизирана за период, ненадвишаващ 5 години освен в случаите, при които има убедителни доказателства за това, като освен това е регламентирано, че репутацията може да подлежи и на обезценяване и в баланса да се представи по отчетната ѝ стойност, намалена с начислените към момента амортизации и евентуални загуби от обезценки.

По отношение на отрицателната репутация е въведено изискване за наличие на разработен план от страна на придобиващото предприятие. В зависимост от това е регламентирано, че отрицателната репутация, която може да се определи като достатъчно надеждни бъдещи разграничими загуби и разходи, които не представляват разграничими пасиви към датата на придобиването, следва да се отчете като приход в отчета за приходите и разходите в периода, в който се отчитат очакваните загуби и разходи. Когато в предприятието липсва план или има такъв, но той не е приет по надлежния ред, тогава отрицателната репутация е определена като неустановени достатъчно надеждно и/или неразграничими бъдещи загуби.

В случаите, когато отрицателната репутация не може да бъде определена като разграничими очаквани бъдещи загуби и разходи, установени надеждно към датата на придобиване, тя се отчита като приход в отчета за приходите и разходите, по ред, определен в разпоредбите на НСС 22.

Договора относно счетоводните отчети на някои видове дружества (78/660/ЕИО) от 25 юли 1978 г.

²³⁵ Вж. т. 6.1 от НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации*, Обн. ДВ бр.30 от 07.04.2005 г., изм. ДВ бр. 86 от 26.10.2007 г., в сила от 01.01.2008 г.

От приложение 1 към НСС 1 става ясно, че в счетоводния баланс на предприятието положителната и отрицателната репутация следва да бъдат включени в групата на нематериалните дълготрайни активи, като за целта е предвидена статията „Търговска репутация“. Това изискване следва да бъде разгледано в контекста на други текстове от НСС 1 и НСС 22, според които отрицателната репутация следва да бъде посочена като отрицателна величина в счетоводния баланс²³⁶ и така предвидената балансова статия „Търговска репутация“ ще представя компенсирано възникващата положителна и отрицателна репутация, признати в различни сделки. Предвид факта, че нашият законодател изрично е регламентирал формата и съдържанието на балансовите статии в НСС 1, то остава непонятно защо не е предвидил две отделни възможности за докладване на информацията относно отделните видове репутация в баланса, а именно:

Балансова статия: Търговска репутация:..... в т.ч.:

- *Положителна репутация*
- *Отрицателна репутация* (.....)

По този начин считаме, че оповестената информация ще има много по-висока информационна стойност за външните потребители и би улеснила вземането на решения при анализирането на финансовото състояние на предприятието.

В обобщение на темата за нормативното регламентиране на бизнескомбинациите и репутацията считаме, че би представлявал интерес въпросът за счетоводното третиране на репутацията преди и след въвеждането на нормативно регламентиране посредством приложими стандарти. По отношение на периода преди нормативното регламентиране на репутацията се наблюдава „липсата на консенсус по отношение на подходящо счетоводно третиране на репутацията“.²³⁷ Едно от най-често срещаните решения в това отношение е незабавното отнасяне на възникналата репутация (положителна) към текущите печалби и загуби или към резервите. Това заключение е направено от Gibson и Francis в изследване от 1975 г., като резултатите от това изследване са потвърде-

²³⁶ Вж. т.7.2 от НСС 22 и т.15.6 от НСС 1.

²³⁷ Miller, M.C., Accounting for Goodwill, The Chartered Accountant in Australia, Vol.43(April), 1973, pp. 33-38.; Dunstan, K., Percy, M., Walker, J., Accounting for Goodwill in an Australian Context, Journal of International Accounting Auditing & Taxation, Vol.2(1), pp. 23-41.

ни по-късно от Goodwin в изследване, обхващащо периода 1980 – 1983 година.²³⁸ Според резултатите от изследването на Goodwin 41,8% от обхванатите предприятия в своята счетоводна политика са избрали подход на незабавно отписване срещу намаляване на резервите в консолидиран отчет. Политика за незабавно отписване, но срещу текущия консолидиран финансов резултат, са възприели 20,3%, а по-малко от 20% от предприятията са възприели подход на капитализиране на репутацията и последващото ѝ амортизиране в отчета за доходите.²³⁹

Показателно за актуалността на репутацията като счетоводна категория е разнообразието от прилагани подходи при признаването и последващото ѝ отчитане в различните исторически периоди, които считаме, че могат да бъдат сведени до пет основни подхода, а именно:

- Капитализиране на репутацията като актив без последващо амортизиране;
- Капитализиране на репутацията като актив с последващо не-систематично амортизиране;
- Капитализиране на репутацията като актив с последващо систематично амортизиране;
- Приспадане на репутацията от собствения капитал на предприятието, т.е. представяне на репутацията като отрицателно перо в елементите на собствения капитал;
- Незабавно отписване на репутацията срещу резервите или срещу текущия финансов резултат.

В едно от най-цитираните изследвания по отношение на практиката при признаването и последващото отчитане и представяне на репутацията във Великобритания Hignson установява, че в периода 1976 – 1983 г. отношението на репутацията към чистото имущество на придобиващото предприятие в осъществените бизнескомбинации е едва 3%, докато за периода 1984 - 1987 г. това съотношение се повишава до значителните 40%. Той си позволява и сериозна критика в развитието на счетоводните правила във Великобритания, като заявява, че

²³⁸ Goodwin, J., Goodwill on Consolidation An Empirical Study, Accounting Forum, Vol.10(Sept.), 1986, pp. 15-30.

²³⁹ Цит. по James, K., etc., Did the Goodwill Accounting Standard Impose Material Economic Consequences upon Australian Acquirers?, Accounting and Finance, March, 2008, p. 2. <https://www.researchgate.net/publication/23521713>, видяна на 10.09.2016.

„счетоводните правила във Великобритания позволяват сходни бизнес-комбинации да бъдат отчетени по твърде различен начин“.²⁴⁰ Възможността, която имат предприятията във Великобритания за отписване на репутацията срещу намаляването на резервите, според него, би довела до ситуации, в които величината на собствения капитал във финансовите отчети ще бъде сериозно намалена.

Обективният анализ на развитието на нормативното регламентиране на репутацията ни показва, че влиянието, което имат капиталовите пазари върху отчетността на компаниите в комбинация с размера на признатата репутация във финансовите отчети на предприятията след сделката, следва да се разглежда и като един от главните двигатели на нормативното регламентиране на репутацията в световен мащаб. Водени от все по-нарастващата роля на информационните нужди на инвеститорите, отказът на регулативните органи от отписването на репутацията в намаление на резервите, изглежда оправдан. Няма как да не отбележим, че именно счетоводните правила при отчитане на бизнескомбинациите и в частност репутацията са едни от подложените на критики и обвинения за лобизъм – икономически и политически – при тяхното регламентиране.²⁴¹ Отбелязаната от нас цикличност при регламентирането на репутацията също считаме, че може да бъде разгледана като израз именно на промяната на икономическите и политически интереси в обществото, които търпят промяна през годините.

Логичният извод, който се налага е, че преди въведената стандартизация в отчитането на репутацията, съществува огромно разнообразие в методите за отчитането ѝ. Въвеждането на специални правила в счетоводните стандарти и тяхното постепенно хармонизиране има за резултат значително увеличаване на използването на амортизирането като метод за последваща оценка и повишаване на сравнимостта на публикуваната информация от различните предприятия. В края

²⁴⁰ Higson, Ch., The Choice of Accounting Method in UK Mergers And Acquisitions, p.5. <http://faculty.london.edu/chigson/profile/pdfs/choiceof.pdf>, видяна на 10.10.2016.

²⁴¹ Zeff, St., Political lobbying on Accounting Standards – US, UK and international experience, pp. 206-234.

[http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20\(10th%20Edition\)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20On%20Accounting%20Standards-US%20UK%20And%20International%20Experience.pdf](http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20(10th%20Edition)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20On%20Accounting%20Standards-US%20UK%20And%20International%20Experience.pdf), видяна на 10.10.2016.

на 2000 г. се появиха първите открити съмнения за адекватността на приложимите амортизационни методи по отношение на стойността на докладваната във финансовите отчети репутация и се премина към въвеждането на концепцията за тестване на репутацията за обезценка и пълното отпадане на изискването за систематичното ѝ амортизиране.

Днес, 18 години по-късно, отново сме изправени на кръстопът, тъй като значителна част от изследванията, проведени след въвеждането на новия режим показват, че той е силно компрометиран и отново е поставен в дневния ред на международните регулаторни органи в областта на счетоводството.

ГЛАВА ВТОРА

ПРОБЛЕМИ ПРИ ОЦЕНЯВАНЕТО И ОПОВЕСТЯВАНЕТО НА РЕПУТАЦИЯТА ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА

1. Проблеми при оценяването на репутацията като специфичен отчетен обект.

Въпросите на счетоводните оценки на представените във финансовите отчети обекти винаги е имал съществено значение както за счетоводната теория, така и от практическа гледна точка. Динамичните промени в икономическата действителност както в международен, така и в национален мащаб и все по-сериозната „пропаст“ между счетоводната и пазарната стойност на предприятията в съчетание с нарастващия дял на нематериалните активи при оценка на пазарната стойност на компаниите, правят въпроса изключително актуален днес. В тази връзка подкрепяме Костова, че както пред счетоводителите, така и пред оценителите стои **предизвикателството** те (активите на предприятията – *бел. моя*) да бъдат оценени.²⁴²

В зависимост от момента на определяне, оценките в счетоводството биват два основни вида: текущи и периодични (последващи), поради което считаме за уместно те да бъдат обект на разглеждане и дискутиране в този ред.

1.1. Оценка на репутацията при първоначално признаване според приложимите счетоводни стандарти.

Първоначалните оценки са тези, по които активите биват оценявани при тяхното придобиване в предприятието, известни още с понятието „историческа цена“. Приложимият МСФО 3 – *Бизнескомбинации* определя възникващата репутация в резултат на осъществена бизнескомбинация като вид нематериален актив, който е придобит в резултат на сделката и е израз на бъдещите икономически изгоди, които се очак-

²⁴² Костова, Н., Организационни и методологически аспекти на оценката на предприятие, Наука и икономика, Варна, 2013, с. 57.

ва да бъдат извлечени от осъществената бизнескомбинация и които не могат да бъдат разпределени към някои от другите придобити индивидуално разграничими активи.

Това опростено представяне на репутацията ни дава основните параметри, които следва да бъдат изяснени с цел нейното правилно оценяване. Според изискванията на МСФО 3 репутацията следва да бъде оценена първоначално като разлика между сумите, посочени в т.1 и т.2 по долу:²⁴³

- 1) сумата от: а) прехвърленото възнаграждение, оценено в съответствие с настоящия МСФО, което по принцип изисква справедлива стойност към датата на придобиване б) размера на всяко неконтролиращо участие в придобиваното предприятие, оценено в съответствие с настоящия МСФО и в) при бизнес комбинация, постигната на етапи, справедливата стойност към датата на придобиване на държаното преди капиталово участие на придобиващия в придобиваното предприятие;
- 2) нетната сума към датата на придобиване от сумите на разграничимите придобити активи и поети пасиви, оценени в съответствие с настоящия МСФО.

Същото може да бъде изразено схематично по следния начин:



Фиг. 3 - Първоначална оценка на репутацията

²⁴³ Вж. Пар. 32 от МСФО 3 – *Бизнескомбинации*, посл. изм. Регламент (ЕС) № 149/2011 на Комисията от 18 февруари 2011 година.

Анализирайки текстовете на МСФО 3 може да се установи, че определянето на репутацията е твърде сложен процес, изискващ извършването на редица други процедури и на практика се явява един от последните етапи на счетоводното отчитане на осъществена бизнескомбинация. Правилното определяне на всеки от компонентите на тази разлика има важно значение за крайния размер на признатата репутация.

Първият компонент, който следва да бъде определен, е **стойността на прехвърленото възнаграждение (престация)**. Това възнаграждение следва да се оцени по неговата справедлива стойност и на практика представлява сумата, дължима или вече платена за придобиваното предприятие на неговите собственици. Самото възнаграждение може да има за предмет парични средства, финансови инструменти, други активи, да бъде под условие, да бъде под формата на предоставен бизнес или дъщерно предприятие на придобиващия, обикновени или преференциални инструменти на собствения капитал, опции и др. Както отбелязахме, прехвърленото възнаграждение се оценява по справедлива стойност, която се изчислява като сумата от справедливите стойности към датата на придобиване на активите, прехвърлени от придобиващия, поетите от придобиващия задължения към бившите собственици на придобиваното предприятие и капиталовите участия, емитирани от придобиващия. Когато предмет на възнаграждението не са парични средства, които лесно могат да бъдат оценени по справедлива стойност към всеки един момент, за останалите възможности за определяне на възнаграждението се налага прилагането на независима оценка за определяне на справедливите им стойности към датата на сделката. Интерес представляват случаите, в които цената на сделката включва и т.нар. възнаграждение под условие. Това са случаи, при които към датата на бизнескомбинацията цената не може да бъде категорично определена и е поставена под условие в зависимост от изхода на дадени бъдещи събития. В такива случаи придобиващият признава справедливата стойност на условното възнаграждение към датата на придобиване като част от прехвърленото възнаграждение в замяна на придобиваното предприятие. Бъдещите събития, които могат да окажат влияние върху стойността на придобиването, могат да бъдат свързани с постигнатия резултат от дейността на придобитото предприятие или с корекции на пазарната оценка на прехвърленото възнаграждение, което е първоначално определено за тази

сделка. Както посочват Mackenzie и др. „най-често срещана условност включва резултатите от дейността на придобитото предприятие или дейности след придобиването“²⁴⁴ и в практиката тази условност се нарича „клауза за гаранции“. Тя е свързана с извършването на допълнителни плащания към предишните собственици при условие, че договореният праг на резултата от дейността или получените приходи бъде достигнат и/или превишен. Важно е да отбележим, че независимо от условията им характер, във всички случаи приложимият МСФО 3 изисква придобиващото предприятие да вземе предвид условните активи и пасиви, като ги включи при определянето на прехвърленото възнаграждение, което пък представлява категорична промяна в подхода към тях в сравнение с предходни редакции на стандарта. Въпреки това, придобиващият следва внимателно да разгледа уговорената престация под условие, тъй като тя следва да намери счетоводно отражение и да бъде призната само когато може бъдещото събитие, от което зависи, да бъде надеждно оценено.

Вторият компонент включва **признаването и първоначалното оценяване на неконтролиращото участие (НКУ) в придобиваното предприятие**. Първо считаме, че следва да направим терминологичното уточнение, че терминът „неконтролиращо участие“ се явява заместител на използвания в предишни редакции на стандарта „малцинствено (миноритарно) участие“. Това са съществуващи участия в собствеността, които дават право на притежателите им на пропорционален дял от нетните активи на предприятието в случай на ликвидация. С разпоредбите на МСФО 3 е дадена възможност на придобиващото предприятие за алтернативен избор за оценка на НКУ, което е придобито към датата на бизнескомбинацията, а именно:²⁴⁵

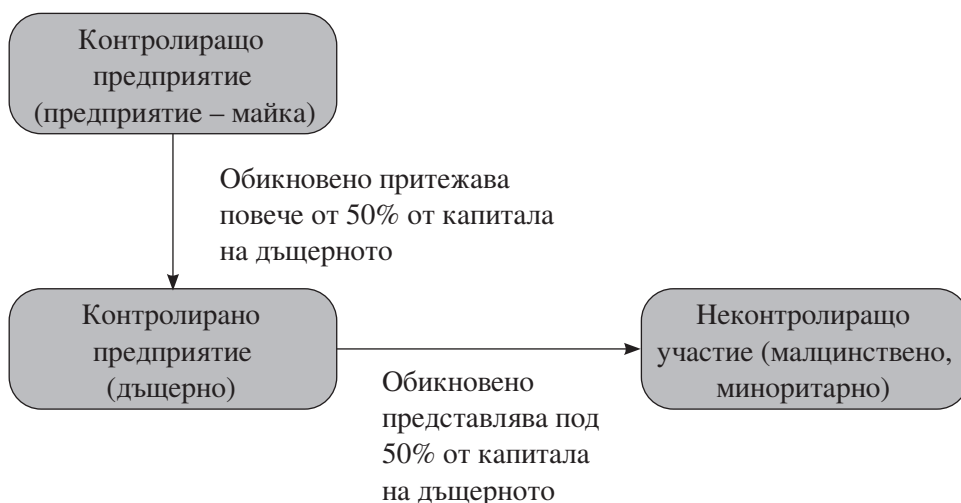
- а) по справедливата стойност; *или*
- б) по пропорционалния дял на съществуващите инструменти на собственост в признатите стойности на разграничимите нетни активи на придобиваното предприятие.

Всички други компоненти на неконтролиращите участия се оценяват по техните справедливи стойности към датата на придобиване, освен ако МСФО налагат друга база за изчисляване. Важно е да

²⁴⁴ Mackenzie, B. etc., Международни стандарти за финансова отчетност. Коментари и приложения, Wiley&Данимекс, 2014, с.349.

²⁴⁵ Вж. пар.19 от МСФО 3 - *Бизнескомбинации*

отбележим, че няма изискване за последователност при прилагането на една от двете възможности в счетоводната политика на предприятието по отношение на всички осъществявани бизнескомбинации, а се дава възможност методът за оценка на неконтролиращото участие да бъде определен поотделно за всяка бизнескомбинация. В случаите, когато неконтролиращото участие е оценено по справедлива стойност, се говори за възникването на т.нар. „пълна“ репутация или още методът е наречен „метод на пълната репутация“, а при алтернативния вариант се говори за „непълна“ репутация или само за репутацията, която е свързана с дела на контролиращото участие.



Фиг. 4 – Пример за контрол върху дъщерно предприятие без притежаване на 100% от капитала му

Въвеждането на възможност за използване на алтернативен метод за оценка на НКУ всъщност се явява поредната стъпка в хармонизирането на МСС/МСФО и Американските общоприети счетоводни принципи (US GAAP), според които неконтролиращото участие се оценява по справедлива стойност към датата на бизнескомбинацията.²⁴⁶

Тази нова възможност представлява съществено различие в сравнение с предходната редакция на стандарта до 2009 г. и може да доведе

²⁴⁶ FASB Accounting Standards Update, Business combinations (Topic 805), ASC 805-20-30-1, <https://asc.fasb.org/section&trid=2899173>, видяна на 20.12.2016.

до значителни различия в сумата на признатата репутация. Преди тази редакция на МСФО 3, репутацията следваше да бъде определена като разлика между цената на придобиване и дела на придобиващия в справедливата стойност на придобитите разграничени нетни активи на придобиваното предприятие. По тази причина и признаването на репутацията в резултат на осъществената бизнескомбинация беше само по отношение на частта от дяловото участие на придобиващото предприятие (майка) в придобитото предприятие. Този метод според някои автори не е в унисон с консолидационните теории и влиза в колизия с основно правило на МСФО 3 и както отбелязва Филипова „контролиращото предприятие-майка трябва да консолидира изцяло всички контролирани активи и поети пасиви, а не само до степента на притежаваното дялово участие“.²⁴⁷

Спираме вниманието върху този проблем, тъй като считаме, че по-голямата част от изследванията в последните години акцентират върху начините за последващо оценяване на репутацията, като подлагат на анализ адекватността на обезценяването ѝ. Без да отричаме изключителната важност на този аспект от отчитането на репутацията, изразяваме становище, че изборът на метод за оценка на неконтролиращото участие има важно значение както за цялостното реализиране на бизнескомбинацията, така и върху размера на първоначално признатата репутация във финансовия отчет на придобиващия след сделката, което е от ключово значение за последващия анализ, тъй като е обект на дискутиране в професионалните среди.

Определянето на справедливата стойност на неконтролиращото участие пък е един от проблемните моменти, които могат да възникнат след приемането на новата регламентация. Макар, че в приложението към МСФО 3 са дадени някои насоки за определянето ѝ, то следва да се отбележи, че те са свързани основно с определянето на пазарната стойност на акциите на активен пазар, като е дадена възможност за използването и на други методи без изричното им посочване. Така например, в ситуация, при която придобиващия не придобива 100% от акциите на придобитото предприятие, следва да се прецени дали за оставащите в придобитото предприятие акции има активен пазар за тях-

²⁴⁷ Филипова, Ф. и др, Учебно помагало по хармонизация на счетоводството (МСС/МСФО), ИК „Геа Принт“, Варна, 2014, с.251.

ното търгуване. Наличието на такъв пазар би дало възможност на придобиващия да оцени неконтролиращото участие по справедлива цена към датата на сделката, но ако на практика оставащите акции не са търгуеми на активен пазар, то за придобиващия остава възможността за използване на алтернативни техники за оценка на неконтролиращото участие. Това дава обяснение защо този метод за оценка е наречен метод на „пълната“ репутация, тъй като признатата в случая репутация представлява цялата репутация на бизнеса, който е придобит, а не само тази до дела на придобиващия, както беше регламентирано в предишните редакции на стандарта.

Използването на този подход естествено поражда и редица въпроси относно неговото приложение, които основно са свързани с оценката на НКУ в случаите, когато няма активен пазар за останалите акции на придобиваното предприятие (неконтролиращо участие). Или как следва да се процедира в случай, че става въпрос за сделка по придобиване на непублично предприятие? И в двата случая считаме, че основен способ за оценяване би бил използването на оценка от лицензиран оценител, който да определи стойността на неконтролиращото участие. Определянето на справедливите стойности се явява основен аргумент на критиците на метода на пълната репутация. Така според Welk²⁴⁸ „значителната доза на субективни преценки, присъщи на този метод, могат да подкопаят надеждността, сравнимостта и прозрачността на консолидираните финансови отчети особено в случаите на компании, осъществили множество бизнескомбинации“.

Друг аргумент, посочен от Welk е, че в резултат от използването на този метод, стойността на признатата в баланса положителната репутация е по-висока, тъй като тя покрива цялата репутация, а не само частта на придобиващия. Това завишава стойността на признатите активи на предприятието и в същото време води до увеличението на балансовата стойност на неконтролиращото участие, което пък рефлектира върху увеличаване на собствения капитал на придобиващото предприятие и в крайна сметка води до т.нар. „раздуване на баланса“. По тази причина той посочва, че методът на пълната репутация позволява

²⁴⁸ Welk, J., Full-Goodwill Method of Accounting for BusinessCombinations and Quality of Financial Statements, Journal of Modern Accounting and Auditing, November 2015, Vol. 11, No. 11, p. 550.

повече манипулиране на размера на репутацията чрез прилагането на различни оценъчни техники, а по този начин намалява и достоверността и сравнимостта на информацията във финансовите отчети, което го прави потенциално приложим при техниките на т.нар. „креативно счетоводство“.²⁴⁹ Проблемът произтича от възможността справедливата стойност на НКУ да бъде обект на умишлено манипулиране. Това притеснение не би било налице тогава, когато определянето на справедливата цена се базира на котирувани (наблюдавани) цени на активен пазар или т.нар. Ниво 1 при определянето на справедливите цени, както е посочено в МСФО 13 – Оценяване по справедлива стойност.²⁵⁰ В същото време, по отношение на цените, които не са постигнати на активен пазар, Ramanna и Watts²⁵¹ споделят, че „се базират на недоказуеми оценки на справедливата стойност и по този начин фирмите могат да ги манипулират“, т.е. да управляват процеса на получаването на тези цени. Затова считаме, че предоставената възможност за избор на метод за оценка на неконтролиращото участие следва да бъде разглеждана основно през призмата на мениджмънта на предприятието, който следва да упражни правото на избор. Преценката следва да отчита различни фактори и да балансира тяхното влияние, тъй като посочените методи могат да доведат до признаване на съществено различни стойности на репутацията във финансовия отчет на придобиващия. Известни са случаи, при които се стига до получаването на разлика между справедливата стойност на една акция, определена при придобиването на пакета от акции, осигуряващ контрол, и справедливата стойност на една акция от неконтролиращото участие. Точно такъв е казусът, разгледан от Welk, при който контролиращият пакет представлява 50,66% от акциите с право на глас, оценен при сделката за 139 млн. долара, а неконтролиращото участие, което е почти същото по размер, е оценено

²⁴⁹ Welk, J., пак там, р.552-554.

²⁵⁰ МСФО 13 – Оценяване по справедлива стойност, пар. 79-90, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/grps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC\(2012\)D020962-01\(ANN3\)_BG.doc](http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/grps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC(2012)D020962-01(ANN3)_BG.doc), видяна на 15.09.2016.

²⁵¹ Ramanna, K., Watts, R., Evidence on the Effects of Unverifiable Fair-Value Accounting, August 31, 2007, Harvard Business School Working Paper No. 08-014. //Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1012139>. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1012139>, видяна на 10.12.2016.

за 373 млн. долара, което е 2,7 пъти повече от цената за придобития контрол. В такива случаи на използване на оценъчни техники считаме, че разлика между тези цени е допустима, но по-скоро в ситуация, при която стойността на една акция от контролиращия пакет е по-висока от стойността на една акция от неконтролиращото участие. Това може да бъде обяснено с обстоятелството, че в цената на акциите на контролиращото участие е отчетена и платената от придобиващия премия за получения контрол или други мотиви на придобиващия. Този аргумент се посочва и от Mackenzie и колектив²⁵², като те споделят тезата, че „даден инвеститор *не би желал* (курсивът мой-Ат. Ат.) да плаща същата сума на акция за акции, които не носят контрол, каквато би платил за акциите, които носят контрол“. Изхождайки от горното считаме, че подчинявайки оценките на целите и желанията си, мениджмънтът може да наруши тяхната обективност, което да отдалечи финансовите отчети на предприятията от концепцията за „вярно и честно представяне“. Подобно е заключението на Ramanna и Watts, според които „колкото по-широко е използването на недоказуема справедлива стойност при оценки в областта на счетоводството, толкова повече „мениджмънт“ ще се появява във финансовите отчети“.²⁵³ Посочването на аргументите „за“ и „против“ въведения метод кореспондира с нашата цел - да се концентрира вниманието на специалистите по счетоводство към евентуалните проблеми, свързани с „метода на пълната репутация“ и потенциала, който се крие в неговото прилагане за осъществяване на умишлено манипулиране на информацията във финансовите отчети. Въпреки това следва да бъдем коректни като отбележим, че липсва цялостно изследване върху ефектите от прилагането на метода, което пък е поле за по-нататъшни изследвания, които авторът възнамерява да осъществи.

Друг специфичен проблем при определянето на първоначалната стойност на репутацията може да възникне при **разпределянето на платената цена върху придобитите нетни активи и условни задължения**. Това обстоятелство е определено и като завършващ етап при реализирането на дадена бизнескомбинация според Филипова.²⁵⁴

²⁵² Mackenzie, B. etc., Цит съч., с.347.

²⁵³ Ramanna, K., Watts, R., Цит. съч., р. 43.

²⁵⁴ Филипова, Ф. и др., Учебно помагало по хармонизация на счетоводството (МСС/

Този въпрос е обект на разглеждане в редица публикации като основната теза на авторите е, че в значителна степен разпределянето на платената цена за придобитото предприятие към придобития комплекс от активи (материални и нематериални) и репутацията не винаги е подчинен на „вярното и честно представяне“ и често е поставено в зависимост от различни интереси на мениджмънта на придобиващото предприятие. В свое изследване Bugeja и Loyeung търсят отговор на въпроса дали разпределението на покупната цена към положителната репутация след придобиването се обяснява с опортюнизъм на мениджмънта, особеностите на сделката по придобиване и базисните финансови характеристики на придобиваното и придобиващото предприятие.²⁵⁵ Използвайки база от 308 успешни придобивания, осъществени в Австралия през периода 1998 – 2012 г. те установяват, че при 42% от сделките не е отчетена нито репутация (положителна), нито е реализирана изгодна покупка (отрицателна репутация) като тези резултати се оказват абсолютно неочаквани за тях поради значителния размер на сделките, които обхващат. На практика това означава, че платената цена при придобиването е равна на стойността на придобитите разграничими нетни активи, което е доста впечатляващо. Освен това авторите констатираат, че след въвеждането на режима за неамортизиране на репутацията, се наблюдава повишаване на дела от платената цена за придобиването, който се разпределя върху репутацията. Освен тези констатации, в изследването се разкрива и връзката между начина на разпределяне на цената на придобиване и възнагражденията на главните финансови и изпълнителни директори на придобиващите предприятия. Тази връзка е потвърдена и от Shalev и др., които при изследване, базирано на придобивания, осъществени в САЩ, установяват, че „се наблюдава свръх разпределение към репутацията от страна на предприятията, чиито финансови и изпълнителни директори получават значителна част от възнагражденията си под формата на бонуси, базирани на счетоводните резултати на компаниите“.²⁵⁶ Тези резултати

МСФО), ИК „Геа принт“, Варна, 2014, с. 249.

²⁵⁵ Bugeja, M., Loyeung, A. What drives the allocation of the purchase price to goodwill?, *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 11(3), November 2015, pp. 2-41.

²⁵⁶ Shalev, R., Zhang, I., Zhang, Y., CEO Compensation and Fair Value Accounting: Evidence from Purchase Price Allocation, April, 2010, *Journal of Accounting Research*,

имат своето логично обяснение, тъй като репутацията е неамортизируем актив, и по този начин разпределянето към нея на значителна част от цената на придобиване води до повишаване на финансовите резултати след придобиването, а от тук и бонусите, които ще получи мениджмънтът като в основата на това според Shalev и др. стои т.нар. опортюнизъм на мениджмънта. Тезата за опортюнизма е застъпена и от Ramanna, според когото мениджърите използват възможността, която имат, да извършват определени преценки в хода на разпределянето на цената на придобиване и да влияят върху размера на признатата репутация, и тази възможност произтича от счетоводните правила.²⁵⁷ Освен това, в изследването на Vugeja съвсем ясно е посочено, че връзката между размера на признатата репутация и размера на бонусите на мениджмънта е значима, както при изискването за амортизиране на репутацията, така и след въвеждането на концепцията единствено за тестване за обезценка на същата. Подобна теза се потвърждава и от изследването на Gan, според което „вероятността от последващи обезценка на репутация е по-ниска за придобивания, осъществени от много способни, гъвкави и комбинативни изпълнителни директори“.²⁵⁸ Самият факт, че даден елемент на финансовите отчети (в случая репутацията) се поставя в пряка зависимост от комбинативността на мениджмънта, ни дава основание да бъдем по-консервативни при възприемане на резултатите от техните оценки.

В този смисъл може да направим заключение, че изложените резултати подкрепят аргумента, че разпределянето на покупната цена към репутацията може да бъде подчинено на опортюнистични мотиви, което означава, че сумата, разпределена за репутацията, не винаги следва да се разглежда като израз на потенциална синергия и винаги следва да бъде преценявана през призмата на съществуващото противоречие

Forthcoming, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1600903> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1600903>.

²⁵⁷ Ramanna, K., The Implications of Unverifiable Fair-Value Accounting: Evidence from the Political Economy of Goodwill Accounting, August, 2007, *MIT Sloan School of Management Research Paper*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=917871> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.917871>.

²⁵⁸ Gan, H., CEO Managerial Ability, Corporate Investment Quality, and the Value of Cash, *Dissertation*, Virginia Commonwealth University, p. 53. <http://scholarscompass.vcu.edu/etd>, видяна на 10.01.2017.

между мениджмънта на предприятието от една страна и акционерите и обществото от друга, в което противоречие защитата на интересите на управляващите винаги е за сметка на другите заинтересовани страни. И тъй като репутацията ще съществува във финансовите отчети след бизнескомбинацията, следва да бъде критично изследван и въпросът за последващото ѝ оценяване с оглед на изложените до тук мотиви.

1.2. Последващото оценяване на репутацията – регламентиране, фактори, проблеми и възможни решения.

Последващото оценяване на средствата на предприятието е определящо по отношение на тяхното стойностно изражение във финансовите отчети на предприятията и е от ключово значение за начините, по които ще бъде възприемана финансовата информация. Освен това, адекватното и коректно оценяване на активите е предпоставка за повишаване на качествените характеристики на оповестяваната счетоводна информация в ГФО на предприятията.

1.2.1. Преглед на съществуващата нормативна уредба. МСС/МСФО и US GAAP

Счетоводното регламентиране на последващото отчитане на репутацията доста често е в центъра на дискусиите относно релевантността на нейното присъствие във финансовите отчети на предприятията. Съществуващата регламентация на последващото отчитане следва да бъде разглеждана в контекста на приложимите счетоводни стандарти. След 2004 г., когато беше приет за прилагане МСФО 3 – *Бизнескомбинации*, репутацията се разглежда като специфичен актив и както вече изяснихме, след като първоначално е призната, тя (и другите нематериални активи с неопределен полезен живот) не се амортизира, а подлежи единствено на годишно тестване за обезценка. По този начин беше заменен прилаганият до 2003 г. модел на амортизираната стойност, заложен в МСС 22 – *Бизнескомбинации* и се постигна хармонизиране на правилата, заложен в МСС/МСФО и US GAAP, тъй като три години по-рано през 2001 г. в САЩ беше въведен т.нар. подход „единствено обезценка“ на репутацията и премахване на изискването за ежегодното ѝ амортизиране. Тази нова стъпка в регламентирането беше

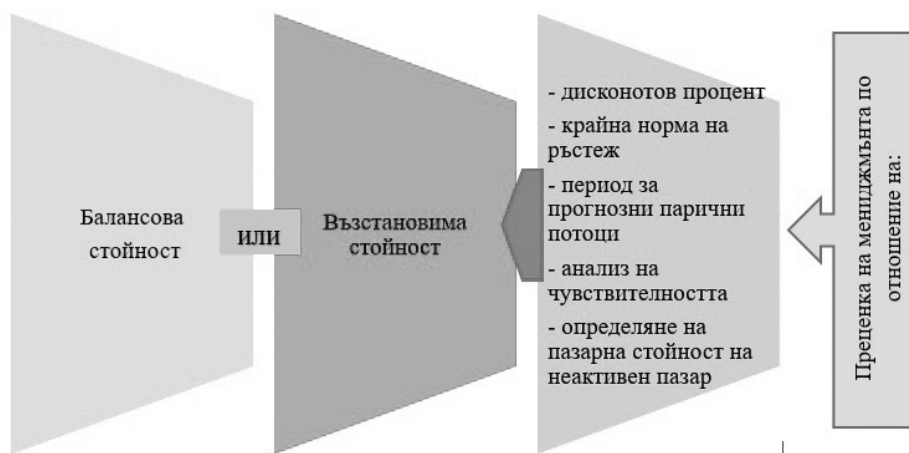
мотивирана от „вярванията на регулаторните органи, че ежегодното тестване за обезценка много по-добре отразява икономическите реалности от ежегодното ѝ амортизиране“. Тестът за наличие на обезценка се извършва при спазване на изискванията на МСС 36 – *Обезценка на активи*. Според изискванията на стандарта, за да е налице обезценка, следва балансовата стойност на актива да надвиши неговата възстановима стойност. В този случай активът се счита за обезценен и предприятието трябва да намали балансовата му стойност, като признае загуба от обезценка. Въведено е и изискването репутацията, придобита в бизнескомбинация, да бъде тествана за обезценка поне веднъж годишно, като е пояснено, че загубата от обезценка на репутация не може да бъде възстановена обратно. Тестът за обезценка да може да се извършва по всяко време през годишния период, при условие че всяка година се извършва по едно и също време (*МСС 36 пар.10а и пар.96, SFAS 142 пар.26*).

За целите на тестване за обезценка, репутацията трябва да бъде разпределена към единицата, генерираща паричен поток (ЕГПП) или групи от ЕГПП, които се очаква да извлекат полза от синергията на бизнес комбинацията, независимо дали други активи или пасиви на придобиваното предприятие се отнасят към тези единици или групи от единици, т.е. които ще извлекат икономическа изгода от репутация. Всяка единица или група от единици, към които по този начин е разпределена репутацията, следва да представлява най-ниското ниво в рамките на предприятието, на което се контролира репутацията за вътрешно управленски цели и същевременно да не надвишава по размер оперативен сегмент, както е определен в МСФО 8 - *Оперативни сегменти*, преди бизнескомбинацията.

Разпределянето на репутацията към ЕГПП или към група от ЕГПП произтича от обстоятелството, което коментирахме и преди, че репутацията сама по себе си не генерира парични потоци отделно от другите активи на предприятието. Освен това, за разлика от много други дълготрайни/нетекущи активи е невъзможно да бъде определена директно справедливата стойност на репутацията или пък стойността ѝ в употреба. Според нас в много случаи репутацията може да бъде свързана с резултатите и паричните потоци на повече от една единици, генериращи парични потоци. Това води и до изискването „най-ниското ниво в

предприятието, на което репутацията се наблюдава за вътрешно-управленски цели понякога да обхваща няколко единици, генериращи парични потоци, към които е свързана репутацията, но към които тя не може да бъде разпределена“.²⁵⁹

Основните изисквания за извършването на теста за обезценка могат да бъдат представени схематично по следния начин:



Фиг. 5 – Ключови параметри на теста за обезценка на репутацията

Следващата стъпка в прилагането на теста изисква единица, генерираща парични потоци, към която е разпределена репутацията, да се проверява за обезценка годишно и винаги, когато има индикации, че единицата може да е намалила стойността си, като се сравняват балансовата стойност на единицата, включително репутацията, с възстановимата стойност на единицата. Ако възстановимата стойност на единицата е по-висока от нейната балансова стойност, единицата и репутацията, разпределена към тази единица, се считат за необезценени. В случай, че балансовата стойност на единицата е по-висока от нейната възстановима стойност, предприятието признава загуба от обезценка в съответствие с пар. 104 от МСС 36.²⁶⁰ Разбира се, следва да направим едно много важно уточнение, че както МСС, така и US GAAP не

²⁵⁹ МСС 36 – Обезценка на активи, пар.81.

²⁶⁰ МСС 36 – Обезценка на активи, Регламент (ЕО) № 1126/2008 на Комисията от 3 ноември 2008 година, посл. изм. доп. Регламент (ЕС) № 243/2010 на Комисията от 23 март 2010 година.

допускат възстановяване на загубата от обезценка на репутацията в бъдещи периоди, независимо, че може да е налице ситуация, при която балансовата стойност на ЕГПП да превишава нейната възстановима стойност.

Процесът по тестването за обезценка на репутацията според Георгиева може да бъде обособен в два етапа:²⁶¹

- *Първи етап* – изисква се идентифициране на потенциалната обезценка, като се сравняват пазарната и балансовата стойност на един дял от капитала, вкл. репутацията. Ако справедливата стойност на самостоятелната единица надвишава балансовата ѝ стойност, репутацията на тази самостоятелна единица се счита, че е необезценена. В този случай според Георгиева вторият етап на теста е ненужен. В случай, че балансовата стойност на единицата превишава възстановимата ѝ стойност, следва да се премине към втория етап на теста за обезценка.

- *Втори етап* – измерва се сумата на загубата от обезценка, която следва да се признае, като се съпоставят възстановимата стойност на отчетната единица и нейната балансова стойност. В случай, че балансовата стойност на единицата с включена репутация надхвърля определената възстановима стойност, следва да бъде призната загуба от обезценка с размер, равен на тази разлика.

Считаме, че тези два етапа задължително следва да бъдат разглеждани в контекста на момента, към който се извършва проверката за обезценка на ЕГПП, към която е разпределена репутация. Ако в рамките на ЕГПП е включен актив, чиято стойност е достатъчно съществена за ЕГПП и са налице индикации за обезценка на актива, следва предприятието първо да провери актива за обезценка и да признае загуба от обезценка на този актив, ако такава е налице, преди проверката за обезценка ЕГПП, съдържаща репутацията. Макар, че подобен казус е разгледан в приложенията към МСС 36, считаме, че е важно да отбележим това обстоятелство с цел постигане на пълнота на представените гледни точки. Аналогична ситуация може да възникне и когато репутацията е разпределена към повече от една ЕГПП. В този случай може да има индикации за обезценка на ЕГПП, в рамките на групата единици, които включват и репутацията. Тук следва да бъде спазена

²⁶¹ Георгиева, Д., Счетоводна обезценка на нетекущите активи, Наука и икономика, Варна, 2016, с.111.

същата логическа последователност първо да бъде тествана за обезценка ЕГПП и при наличие на такава тя да бъде призната, след което да се пристъпи към проверката за обезценка на групата единици, към които е разпределена репутацията.

Едно от предизвикателствата, пред които са изправени предприятията при тестването за обезценка на репутацията, е определянето на възстановимата стойност на ЕГПП. Самото дефиниране на възстановимата стойност не е обект на дискутиране. За такава се приема по-високата между справедливата цена, намалена с разходите по продажбата, или стойността в употреба. Основен принцип при оценяването е, че оценката на всеки актив може да бъде разглеждана като функция от (1) бъдещите парични постъпления за собственика на актива, (2) времето за получаване на тези доходи и (3) рискът, свързан с реализирането на предполагаемите доходи за определеното време.²⁶² Ето защо при определяне на възстановимата стойност предприятието следва да избере адекватна техника за оценяване, като в световен мащаб са известни два основни подхода и съответните техники, които са приложими в случая:²⁶³

- ❖ Пазарен подход (market approach) – чрез капитализиране на дохода;
- ❖ Доходен подход (income approach) чрез прилагане на дисконтирани парични потоци.

От особена важност при извършването на теста за обезценка е определянето на факторите, които показват, че дадена ЕГПП може да бъде обезценена. Те включват следните обстоятелства:

- През периода са настъпили значителни неблагоприятни промени в технологичната, пазарната, икономическата или правната среда, които оказват влияние върху предприятието, което показва, че икономическите резултати са или ще бъдат по-лоши от очакваното.
- Пазарните лихвени проценти или други пазарни равнища на

²⁶² Business combinations. A Guide to IFRS 3, Deloitte, August, 2004, p.54.

²⁶³ Вж Коупленд, Т. и др., Стойностъ компаний – оценка и управление, ЗАО „Олимп-Бизнес“, 2005, с. 69-88; Тодоров, Л., Методи за оценка стойността на предприятието, сп. „Български счетоводител“, бр.23, 2005, с. 16-23.; Business combinations. A Guide to IFRS 3, Deloitte, August, 2004, p.54.;

възвръщаемост на инвестициите са се увеличили през периода, като тези увеличения вероятно ще намалят значително възстановимата стойност на актива.

- Балансовата стойност на нетните активи на предприятието е по-голяма от пазарната му капитализация.

Можем обосновано да твърдим, че това е един от проблемите, за които има предпоставки в сегашната нормативна регламентация. Освен това, така посочената методика за тестване, заложена в МСС 36, показва, че в значителна степен тестът е базиран на различни управленски решения и очаквания, свързани с функционирането на предприятието след бизнескомбинацията. Това е и един от основните аргументи на критиците на концепцията за тестване на репутацията без амортизиране, които казват, че „се страхуват, че резултатите от тестовете могат да бъдат нереални и че мениджмънтът може да „отлага“ необходимите обезценки“.²⁶⁴

Важно е да се отбележи, че в разпоредбите на приложимите стандарти не се допуска възстановяване на признатите загуби от обезценка на репутацията подобно на останалите нетекущи активи. Приемаме това регламентиране за съвсем коректно, тъй като считаме, че в противен случай ръководството на предприятието ще трябва ясно да може да определи степента, в която последващото увеличение на възстановимата сума на репутацията може да бъде свързано и да се дължи на възстановяването на придобитата репутация в рамките на ЕГПП или на увеличение на вътрешно създадената репутация в ЕГПП, което на практика почти не е възможно. Поради тези аргументи споделяме вижданията на регулаторните органи и ги приемаме като израз на разумната преценка, отчитаща особеностите в същността на репутацията и начина за поддържането ѝ – връзката между придобитата и вътрешно генерираната репутация във времето. Обратното би създавало конфликт и липса на съпоставимост между предприятия, които са признали репутация в резултат на осъществено придобиване и такива, които не са.

Изготвящите счетоводните стандарти са направили опит да „осветлят“ решенията на мениджмънта посредством въведените изисквания по отношение на оповестяванията, свързани с теста за обезценка,

²⁶⁴ Пак там, с.1.

които са обект на дебат в следващите параграфи. Всеки от изискуемите за оповестяване елементи е обект на конкретна преценка, с която е натоварено ръководството на предприятието и в същото време е от съществено значение за стойността на репутацията, представена във финансовите отчети, поради което считаме, че следва да бъде обект на по-детайлно разглеждане.

Като паралел с регламентациите в МСС в *Националните счетоводни стандарти (НСС)* въпросите, свързани с последващото отчитане на репутацията, имат по-различно третиране, което изисква формираната при придобиването положителна репутация да бъде обект на последващо амортизиране от придобиващото предприятие и освен това се предвижда отчитането на т.нар. отрицателна репутация в резултат на бизнескомбинация, което пък означава, че същата следва да бъде обект на последващо оценяване след сделката от гл.т. на представянето ѝ във финансовите отчети на придобиващия. Според изискванията на НСС 22 – *Бизнескомбинации* е въведено изискване, според което положителната репутация се амортизира по време на полезния ѝ живот, който не следва да бъде по-голям от 5 години. Независимо от амортизирането на репутацията на систематична база за определен период в НСС е предвидена възможността нейната стойност да намалее значително под балансовата ѝ стойност след начисляване на амортизации, поради което в тези случаи се допуска репутацията да бъде обезценена като се приложат изискванията на НСС 36 – *Обезценка на активи*. Правилата, заложи в НСС 36, в значителната си част дублират изискванията на МСС 36 по отношение на тестването за обезценка.

По отношение на последващото оценяване на репутацията също може да кажем, че са налице различия между регламентите в националните и приложимите международни счетоводни стандарти, поради което считаме за уместно представянето им в табличен вид.

Таблица 1

**Сравнителна характеристика на изискванията за последващо
оценяване на репутацията според МСС, НСС и US GAAP**

	МСС 36 / МСФО 3	US GAAP	НСС 36 / НСС 22
Разпределение на възникналата при придобиване репутация за целите на теста за обезценка	Репутацията се разпределя към ЕГПП (CGU) или група ЕГПП, която представлява най-ниското ниво в предприятието, на което репутацията се следи за целите на вътрешното управление и не може да бъде по-голяма от оперативния сегмент, така както е дефиниран той в МСФО 8 -Оперативни сегменти.	Репутацията се отчита на ниво отчитаща се единица (reporting unit), която представлява оперативен сегмент или ниво под оперативния сегмент.	Ако има признаци за понижаване на стойността на една положителна репутация, нейната възстановима стойност следва да се определи за генерираща парични постъпления обект на активи, към който може да се включи положителната репутация. Генериращ парични постъпления обект - най-малката разграничима група от активи, която поражда (генерира) парични постъпления при използването на активите, които са в значителна степен независими от паричните постъпления от други активи или групи от активи
Амортизиране на репутацията	Не се допуска	Не се допуска	Амортизира се на систематична база по време на полезния ѝ живот, който е ограничен до 5 години.
Тестване на репутацията за обезценка	Едностъпков метод, според който тестът за обезценка се извършва на ниво ЕГПП (CGU) чрез сравняване на балансовата стойност на ЕГПП, включително репутацията, с възстановимата ѝ стойност.	Използва се двустъпков метод. Загуба от обезценка се признава, когато балансовата стойност на отчитащата се единица (освен ако балансовата стойност е нула или отрицателна) е по-голяма от справедливата ѝ стойност (стъпка 1), а балансовата	Допълнение към амортизирането на репутацията. Двустъпков метод – 1) проверка „отдолу – нагоре“ и 2) проверка „отгоре - надолу“. При проверката „отдолу - нагоре“ се започва от най-малката разграничима група от активи, генерираща самостоятелно парични потоци, към която може да се включи положителната репутация. Последователно

		<p>стойност на репутацията е по-голяма от нейната справедлива стойност (стъпка 2). Когато балансовата стойност на отчитащата се единица е нула или отрицателна, загубата от обезценка се признава, когато качествената оценка показва, че е по-вероятно да се получи обезценка на репутация, а балансовата стойност на репутацията е по-голяма от нейната имплицитна справедлива стойност.</p>	<p>се разширява кръгът на активите, включващи се в групата. Така се определя оптималната съвкупност от активи, самостоятелно генериращи парични потоци, в която съвкупност може да се включи положителната репутация.</p> <p>След като се определи тази съвкупност от активи, нейната балансова стойност се сравнява с възстановимата ѝ стойност.</p> <p><i>Само ако проверката „отдолу - нагоре“ не даде резултат, се пристъпва към проверка „отгоре - надолу“.</i> Започва се от най-голямата за предприятието група активи, генерираща самостоятелно парични постъпления - от корпоративните активи. Кръгът на тази група постепенно се стеснява, докато се достигне до възможно най-малкият (оптималният) кръг от активи, генериращи самостоятелно парични постъпления, към който може да се приеме, че принадлежи и положителната репутация.</p>
<p>Признаване на загуби от обезценка на репутация</p>	<p>Загубата от обезценка е сумата, с която балансовата стойност на ЕГПП (включително репутацията) надвишава нейната възстановима стойност. Тази загуба се разпределя първо към репутацията, докато</p>	<p>Сумата, с която балансовата стойност на репутацията надвишава посочената по подразбиране справедлива стойност на репутацията в отчетната единица. Справедливата стойност се определя в съответствие с US GAAP.</p>	<p>Ако възстановимата стойност е по-ниска от балансовата, с разликата се отразява обезценка на положителната търговска репутация - намалява се балансовата ѝ стойност.</p>

	репутацията не бъде намалена до нула. След това балансовите стойности на другите активи в единицата се намаляват на пропорционална основа (с някои изключения).		
Възстановяване на загуби от обезценка на репутация	Не се допуска	Не се допуска	Не се допуска
Представяне във финансовия отчет	По историческа цена, намалена с признатите загуби от обезценки	По историческа цена, намалена с признатите загуби от обезценки	По историческа цена, намалена с начислените амортизации и признатите загуби от обезценки

Макар на пръв поглед използваните понятия и формулировки да изглеждат твърде сходни, всъщност може да се каже, че това е една от темите, по които счетоводната хармонизация не е постигната и прилагането на различните норми води до признаването във финансовите отчети на стойности за репутацията, които са съществено различаващи се. Тези различия биха могли да доведат до потенциални проблеми пред мултинационалните компании, които оперират в различни страни по света, например: американска компания, която има дейности в Италия, Германия и т.н. Въпросът е от особена важност, което проличава и от публикации в Wall Street Journal от 2013 г.²⁶⁵ В посочената публикация се разглежда казус, при който американска компания има подразделения, които са самостоятелни предприятия със самостоятелен одит, регистрирани в няколко страни, прилагащи МСС/МСФО. Оказва се, че на ниво консолидиран отчет на майката, според изискванията на US

²⁶⁵ Goodwill Impairment: What Happens When U.S. GAAP and IFRSs Clash?, Available from: <http://deloitte.wsj.com/cfo/2013/03/25/goodwill-impairment-what-happens-when-u-s-gaap-and-ifrss-clash/>, видяна на 11.06.2017.

GAAP, е отписана цялата призната репутация, докато в отчетите по МСС/МСФО на отделните предприятия (дъщерни), следвайки процедурите по МСС 36, обезценка на репутацията не е призната. Ето защо в случаи като този корпоративния мениджмънт трябва много добре да познава останалите рамки за финансово отчитане, тъй като това може да доведе до съществени различия в признатите резултати от дейността (печалби и загуби) на ниво консолидиран отчет.

МСФО за МСП и Облекченият режим за непублични предприятия в САЩ

Международният стандарт за финансово отчитане за малки и средни предприятия (МСФО за МСП) също разглежда въпросите, свързани с бизнескомбинациите и произтичащата от тях репутация. В раздел 19 е записано, че „посредством този стандарт се предоставят насоки за идентифициране на придобиващия, оценяване цената на бизнес комбинацията и разпределение на тази цена между придобитите активи и поетите пасиви и провизии за условни задължения“²⁶⁶. Освен това се разглеждат въпросите, свързани със счетоводното отчитане на репутацията, както в момента на осъществяване на бизнес комбинацията, така и впоследствие. Това по същество означава, че бизнескомбинациите, макар да се разглеждат по-скоро като форма за концентрация на „големия“ бизнес, не могат да бъдат изключени от обхвата на стандарта, тъй като всеки бизнес е свободен да избира формите за разрастване, навлизане на пазари и бъдещо развитие като цяло. Този стандарт, по подобие на останалите разгледани нормативни актове, признава репутацията в качеството ѝ на актив за придобиващото предприятие като изрично се посочва, че към датата на придобиване придобиващият следва да признае репутацията, придобита в бизнескомбинацията като актив, и първоначално да я оцени по нейната цена на придобиване, която представлява превишението на цената на бизнес комбинацията над дела на придобиващия в нетната справедлива стойност на разграничените активи.²⁶⁷ Тази дефиниция за пореден път показва, че IASB има

²⁶⁶ Международен стандарт за финансово отчитане за малки и средни предприятия (МСФО за МСП), Раздел 19, пар.19.1.

²⁶⁷ Международен стандарт за финансово отчитане за малки и средни предприятия (МСФО за МСП), Раздел 19, пар.19.22.

последователна политика по отношение на първоначалното признаване на репутацията като актив. Следва да се отбележи, че Стандартът за МСП определено изглежда твърде опростен в сравнение с МСФО 3 по отношение на първоначалното признаване на репутацията. Освен това е налице едно много съществено различие, касаещо последващото оценяване и отчитане на репутацията. МСФО за МСП регламентира изискването признатата репутация да бъде оценявана след първоначалното ѝ признаване от придобиващият по цена на придобиване, намалена с натрупаната амортизация и натрупаните загуби от обезценка. Предприятието следва да оцени надеждно приблизителния полезен срок на репутацията и ако не е в състояние да го направи, следва да се приеме, че животът ѝ е десет години. (*курсивът мой – Ат.Ат.*)

Тук е застъпен познатия ни до 2004 г. подход на амортизиране на репутацията и последващо обезценяване, който беше заложен в МСС 22. Интерес представляват мотивите на IASB за въвеждането на този режим по отношение на МСП. Считаме, че основната причина за така заложеното изискване следва да бъде търсена в твърде сложните процедури, които се изискват при провеждането на тестовете за обезценка по смисъла на МСС 36, които биха били неоправдано натоварващи по отношение на малките предприятия. Освен това следва да обърнем внимание на използвания подход за определяне на предполагаемия полезен срок на придобитата репутация. Ако предприятието не успее надеждно да определи този срок, то е наложено изискване за амортизиране на репутацията, като периодът е фиксиран на 10 години. Това по същество означава, че Бордът счита, че икономическите изгоди от придобитата репутация биха били изчерпани в рамките на този период подход, който не е възприет в МСФО 3.

Подобно регламентиране е възприето и в САЩ през 2014 година по отношение на непубличните (private) компании. С издаването на *Accounting Standards Update (ASU) No.2014-02, Topic 350, Accounting for Goodwill*²⁶⁸ на практика непубличните компании получиха възможността да амортизират репутацията, възникваща в резултат на бизнескомбинации на систематична база, прилагайки линейна

²⁶⁸ FASB Accounting Standards Update (ASU) No.2014-02, Intangibles—Goodwill and Other (Topic 350), Accounting for Goodwill a consensus of the Private Company Council, January 2014.

амортизация за период не по-голям от 10 години или за по-кратък период в случай, че могат да обосноват този по-кратък период. Подобно на Стандартът за МСП и в САЩ е предвидена възможност за последващо тестване за обезценка на репутацията на ниво предприятие или на ниво отчитаща се единица (reporting unit). Получените резултати от проучване по прилагането на стандарта показват на Съвета, че значителна част от ползвателите на отчетите на тези компании не вземат предвид размера на репутацията и обезценката ѝ при извършването на своите анализи за финансовото състояние и дейността на предприятията. Освен това в пар. ВС 10 към ASU No.2014-02 е отбелязано, че в хода на дискусиите относно промените, съставителите на финансови отчети на непубличните предприятия и одиторите считат, че разходите и комплексността на действията, които ще бъдат извършени във връзка с теста за обезценка, не се ограничават само и конкретно до извършването на този тест, а засягат и други аспекти от организационен и финансов характер.

След промяната в САЩ е видно, че по отношение на амортизирането на репутацията, е възприет период не по-дълъг от 10 години. Изборът на този период е обоснован от FASB като се казва, че „погледнато генерално, значителна част от придобитите активи и пасиви в резултат на бизнескомбинация в частните компании ще бъдат напълно използвани в рамките на този период“.²⁶⁹ Това обяснение на Борда ни дава повече яснота относно вижданията му какво следва да стои в основата на избора на периода за амортизиране на репутацията, а именно – периода, през който придобитите активи биха изчерпали икономическата изгода за придобиващото предприятие.

Тази крачка в облекчаването на режима за непубличните компании в САЩ е последвана и от инициативата на FASB за разработване на проект във връзка с преглед и оценка на отчитането на репутацията и по отношение на публичните предприятия и нестопанските организации, като са предвидени следните алтернативи:²⁷⁰

²⁶⁹ Вж. Пар. ВС 17 от Accounting Standards Update (ASU) No.2014-02, Intangibles—Goodwill and Other (Topic 350), Accounting for Goodwill a consensus of the Private Company Council, January 2014.

²⁷⁰ Should Goodwill Still not be Amortised ? Accounting and Disclosure for Goodwill, EFRAG, ASBJ, OIC, July, 2014, p.9.

- ✓ Прилагане на алтернативния подход за последваща оценка на репутацията, установен за непубличните компании;
- ✓ Амортизиране на репутацията в рамките на определен период;
- ✓ Директно отписване на репутацията;
- ✓ Опростяване на процедурите при провеждане на теста за обезценка.

Погледнато ретроспективно, предложените алтернативи вече са били обект на разглеждане сред специалистите по счетоводство и са били част от приложимото законодателство в определен исторически период. Тази теза намира потвърждение и в публикацията на Cooper, според когото това е един от най-широко обсъжданите аспекти при отчитането на репутацията и за пореден път е доказателство за *наличието на определена цикличност* не само в развитието на бизнес организациите, но и в развитието на счетоводните правила.²⁷¹ Анонсирането им определено имаше сериозен отзвук, тъй като на практика постави сериозни съмнения върху адекватността на прилагания в момента модел на отчитане, който в последните 10 години беше обект на непрестанни дискусии и формираше съдържанието на цялата тема за бизнескомбинациите.

В тази връзка считаме, че трябва да се отбележи и решението на FASB от 26.01.2017 г., който с издаването на Accounting Standards Update No. 2017-04, *Intangibles – Goodwill and Other (Topic 350): Simplifying the Accounting for Goodwill Impairment* остави непроменени незадължителната качествена оценка (стъпка 0) и първата стъпка от количествената оценка (стъпка 1) при теста за обезценка на репутацията. Стъпка 2 обаче, ще бъде премахната. В резултат на това, стъпка 1 ще бъде използвана за определяне както на съществуването, така и на размера на обезценката на репутацията. Ще се признае загуба от обезценка за сумата, с която балансовата сума на отчетната единица надвишава справедливата ѝ стойност без да превишава балансовата стойност на репутацията в тази отчетна единица. Извършената промяна се разглежда като стъпка към намаляване на комплексността и трудностите при реализирането на теста за обезценка и в същото време може да се разглежда като опит за сближаване с изискванията на МСС/МСФО.

²⁷¹ Cooper, J., Debating Accounting Principles and Policies: The Case of Goodwill, 1880–1921, Accounting, Business & Financial History, 2007, 17:2, 241-264, видяна на 15.06.2016.

1.2.2. Фактори (детерминанти) за обезценката на репутацията.

Разбирането на концепцията за обезценка на репутацията и последните промени, свързани с нейното регламентиране, следва да бъде подчинено на изясняването на факторите (детерминантите), които стоят в основата на концепцията за обезценка на репутацията. В последните 10 години значителна част от публикациите по темата „бизнескомбинации и репутация“ са пряко или косвено свързани с изясняването на тези фактори. Една част от авторите търсят в тези фактори чисто икономически индикатори за дейността на предприятието, които могат да доведат до намаляване на стойността на репутацията. Според други автори следва да се прехвърлят пределите на отделното предприятие, като се анализира пазарната конюнктура при публичните компании, капитализацията на съответния пазар или пазарен индекс, в който участва предприятието. Трети автори разглеждат значението на националното законодателство, одиторите на предприятието и т.н., четвърти се спират на влиянието на нефинансовите индикатори за представянето на предприятието като възможен фактор за намаляване на стойността на репутацията и т.н. Съществуват и такива автори, според които независимо от наличието на обективни индикатори за обезценка, тя може да бъде или да не бъде отчетена поради едни или други виждания на мениджмънта на предприятието. Вижданията на всички тези групи автори ще бъдат представени накратко.

Едно от най-цитираните изследвания в тази област е на Glaum, Landsman и Wyrwa²⁷², което е проведено през периода 2005 – 2011 г. в 21 страни, прилагачи МСС/МСФО и обхваща 1358 финансови отчета. Средната стойност на репутацията в стойността на активите е 6,7%, което според авторите е доказателство за „икономическата значимост на този елемент на баланса“. Резултатите, до които достигат авторите, могат да бъдат обобщени по следния начин:

- ✓ Структурата на собствеността и смяната на мениджмънта имат отношение към отчитането на обезценки на репутацията. Предприятията много по-често отчитат обезценка на репутацията при смяна на главните изпълнителни директори (СЕО)

²⁷² Glaum, M. etc., Determinants of Goodwill Impairment under IFRS: International Evidence, ver. March 2015, <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна 10.05.2016.

- при положение, че оперативната печалба преди отчитането на загубата от обезценка на репутацията е сравнително висока;
- ✓ Навременната обезценка зависи от степента на регулиране на националното законодателство. В страни с ниска степен на регулация по отношение на счетоводното и одиторско законодателство, обезценките се асоциират единствено с възвръщаемостта на акции в годината преди обезценката, докато в страните със силно регулиране предприятията отчитат обезценки на репутацията много по адекватно във времето;
 - ✓ Така заложеният в МСС 36 тест за обезценка дава на предприятията „широко поле за преценка“. Възможностите за реализиране на тази преценка са предпоставка за замъгляване на резултатите.

Подобни на посочените резултати намират своето потвърждение и в изследването на Verriest и Gaeremynck.²⁷³ Те формулират три основни детерминанти на обезценката, а именно:

- Формата и структурата на собствеността;
- Качеството на корпоративното управление;
- Финансовото и икономическо състояние на предприятието.

Интересен факт, който е изведен в резултат на проучването, е наличието на позитивна връзка между броя на генериращите парични постъпления единици в предприятието (ЕГПП) и решението за обезценка на репутацията. Резултатите от изследването сочат още, че между решението за обезценка на репутацията и качеството на корпоративното управление има значима и положителна зависимост, изразена посредством броя на независимите членове на управителния борд. Освен това има данни, че доброто корпоративно управление, заедно с по-слабо концентрираната структура на собствеността, се свързват с по-качествени обезценки и оповестявания за това.

Интересен за нас е подборът на 47-те предприятия, които участват в това изследване. От 600 отчетни периода за предприятията, които са част от индекса FTSE 300 за 2005 и 2006 г. са изключени тези, които нямат отчетена репутация във финансовите си отчети; финансовите предприятия; тези, чиято дата на финансовия отчет е различна от

²⁷³ Verriest, A., Gaeremynck, A., What Determines Goodwill Impairment?, Review of Business and Economics, 2/2009, p. 106-128.

31.12.2005 г. и предприятията, при които пазарната стойност на собствения капитал (пазарна капитализация) минус счетоводната стойност на капитала превишава балансовата стойност на репутацията във финансовите им отчети (курсивът мой -Ат.Ат.). Върху този факт не е изрично акцентирано в изследването, но считаме, че е от изключителна важност за нашия анализ, тъй като на практика разкрива виждането на авторите, че щом: $MV_{eq} - BV_{eq} > 1$, то не са налице индикации за обезценка. По същество авторите приемат, че понижаването на пазарната капитализация под стойността на собствения капитал е първият основен критерий за наличие на обезценка на репутацията. В резултат на своето изследване Verriest и Gaeremynck установяват, че едва 53% от предприятията, които са изследвани, отчитат обезценка на репутацията си, макар авторите да очакват много по-висок процент предприятия да правят това. Получените резултати дават основание на авторите да считат, че „интерпретирането на МСС 36 може съществено да се различава в отделните предприятия“.²⁷⁴ Тези резултати следва да бъдат възприемани в контекста на останалите индикатори за измерването на икономическото представяне (състояние) на предприятието, каквито според авторите са възвръщаемостта на активите ($ROA = 5,9\%$), отношението на пазарната стойност към счетоводната стойност на капитала ($MV/BV = 1,45$) и отношението на дълга към активите на предприятието ($Debt\text{-}to\text{-}assets\ ratio = 66\%$).

Изведените от Andre и др.²⁷⁵ три основни индикатора за наличието на обезценка на репутацията имат за цел да разкрият обстоятелствата, които водят до наличието на икономическа обезценка на репутацията. В ролята на подобни индикатори те определят познатите ни вече: съотношение пазарна стойност към счетоводна (балансирана) стойност на капитала, показателят EBITDA и отрицателната стойност на разликата между пазарната и счетоводната стойност на капитала. Една от идеите на авторите е да използват посочените от тях индикатори за наличие на икономическа обезценка като отправна точка за анализа на нивото на счетоводните обезценки на репутацията в контекста на тяхната

²⁷⁴ Пак там, р.116.

²⁷⁵ Andre, P., Filip, A., Paugam, L., Examining the Patterns of Goodwill Impairment in Europe and the US, Accounting in Europe, 2016 / <https://ssrn.com/abstract=2867340>, видяна на 10.01.2017.

времева адекватност (навременност). Към тези индикатори авторите на друго изследване, проведено на базата на 91 публични компании в Бразилия за периода 2011–2014 г., Vogt и др.²⁷⁶ добавят промяна в мениджмънта, броя на ЕГПП, промяната в показателя за възвръщаемост на активите (ΔROA) и размерът на признатата във финансовите отчети репутация. Един от най-важните изводи, които правят авторите е, че наред с икономическите показатели, имащи отношение към признаването на загуби от обезценка на активите, се откроява ролята на управленските решения в този процес.

В търсене на съответствие между пазарните оценки и правилата за оценка на репутацията в счетоводните стандарти Churyk, позовавайки се на проекта за обсъждане на промяна в Американските счетоводни стандарти от 2000 г., разделя индикаторите за обезценка на две групи:²⁷⁷

- Индикатори за обезценка на репутацията, които са налични към момента на придобиването;
- Индикатори за обезценка на репутацията, които се проявяват в последващ момент.

Към първата група тя включва четири изходни условия, чието наличие към момента на сделката ще предизвика бъдещо тестване за обезценка: (1) ако придобиващият плати значителна премия над пазарната стойност на придобитото предприятие, измерена преди сделката; (2) ако сделката е осъществена чрез търг или аукцион; (3) ако стойността на репутацията е съществена по отношение на платената цена за придобиването и (4) по-голямата част от възнаграждението по сделката са акции на придобиващия.

Към втората група индикатори, свързани с последващата обезценка, авторът разглежда наличието на следните условия: (1) балансовата стойност на нетните активи (собствения капитал) е по-голяма от пазарната капитализация на предприятието; (2) значително намаляване на стойността на акциите след придобиването; (3) значителна промяна в

²⁷⁶ Vogt, M., Pletsch, C., Moras, V., Klann, R., Determinants of Goodwill Impairment Loss Recognition, R. Cont. Fin. – USP, São Paulo, v. 27, n. 72, p. 349-362, set./out./nov./dez. 2016, DOI: 10.1590/1808-057x201602010.

²⁷⁷ Churyk, N., Reporting Goodwill: Are The New Accounting Standards Consistent With Market Valuations?, Journal of Business Research, 58, 2005, p. 1353 – 1361.

обстоятелство/а, което е използвано за определяне на първоначалната цена и (4) неблагоприятна промяна в статуса или в очакванията относно един или няколко основни елемента на репутацията. Първите два индикатора считаме, че могат да бъдат използвани умело като средство за разкриване на потенциално намаляване на стойността на репутацията, което да доведе до отчитане на обезценка. Подобно становище откриваме и в изследването на Becker и др., които считат, че независимо от възможните флукуации на пазарната стойност на компаниите, тя може умело да се използва и в процеса на външен одит, тъй като може лесно да бъде измерена и установена от публични данни.²⁷⁸Разглеждайки предложените индикатори от Churuk считаме за уместно да отбележим, че последните два елемента от втората група много трудно биха могли да бъдат тествани за обезценка, тъй като по същество те са обект единствено на преценка от страна на мениджмънта, който разполага с информация за тях.

Именно мениджмънтът е поставен като основен фактор, имащ ключова роля при отчитане на обезценка на репутацията, в изследванията на Zang (2008), Lemans (2010)²⁷⁹, Ramanna и Watts (2011), Šarpauskienė и Leitoniene (2014) и др. Анализирайки факторите, които имат отношение към отписване на стойността на репутацията, тези автори извеждат на преден план ролята на изпълнителните директори в процеса на вземане на решението за обезценка, като те включват различни характеристики, свързани с висшия мениджмънт на предприятията. Един от основните изводи, базиран на посочените изследвания, показва, че смяната на мениджмънта има отношение към отчитането на обезценки на репутацията от страна на предприятията. Според авторите, новите финансови мениджъри са склонни към отписване на репутацията в името на по-добри резултати в бъдеще. Освен това са посочени и репутацията на изпълнителните директори, тяхното поведение, премиите и бонусите, които те получават на база на постигнатите резултати и т.н., тъй като според Šarpauskienė и Leitoniene²⁸⁰ мениджърите не са склон-

²⁷⁸ Becker, B., Sperduto, K., Riedy, M., An Examination of Goodwill Valuation Methodologies, The Corporate Governance Advisor, 2002, Vol. 10, No 4, pp. 35-40.

²⁷⁹ Lemans, J., Goodwill Impairment as a Tool for Earnings Management. Master's thesis: Accounting, Auditing and Control, Erasmus University Rotterdam, 2010.

²⁸⁰ Šarpauskienė, A., Leitoniene Š., The Analysis of Factors Influencing the Write-off of

ни да признават обезценки във финансовите отчети, когато това би довело до намаляване на техните премии, влошаване на репутацията им, занижаване на оценките за тяхната работа на база осигурената от тях доходност за инвеститорите и т.н.

Ролята на мениджмънта е разгледана и в други изследвания. Подобна зависимост откриваме и в изследването на Zang²⁸¹, според което по-големи размери на признатите обезценки са налице в случаите, когато има смяна на мениджмънта, тъй като новият мениджмънт по този начин се опитва да припише тези загуби на старите управляващи. Изследователската етика ни задължава да отбележим, че съществуват и противоположни становища. Така например според Francis и др. (цит. по Vogt и др.)²⁸² промяната в мениджмънта може да се свърже с по-малки загуби от обезценка на репутацията, тъй като по този начин мениджмънта ще показва в отчетите си по-високо оценени активи, което се свързва с неговите високи управленски способности. Виждаме, че едно и също събитие – смяната на мениджмънта на предприятието – може да има свършено различно влияние върху признаването на загуби от обезценка на репутацията според интерпретациите на различните автори. Но едно е сигурно – всички те признават, че мениджмънтът може да влияе на признаването на загубите от обезценка, което от своя страна ни кара да задълбочим анализа на тази връзка в следващите параграфи.

В по-обобщаващ вид са представени факторите, влияещи на обезценката на репутацията от Abughazaleh и др.²⁸³ В това изследване авторите стигат до извода, че обезценката на репутацията може да се дължи както на чисто икономически фактори, свързани с финансово представяне на предприятието, така и на определени управленски мотиви, свързани с оповестяването на информация във финансовите отчети

Goodwill, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 156, 26 November 2014, pp. 643-647.

²⁸¹ Zang, Y., Discretionary behavior with respect to the adoption of SFAS no. 142 and the behavior of security prices. *Review of Accounting and Finance*, 2008, Vol. 7(1), 38-68.

²⁸² Francis, J., Hanna J. D., & Vincent L., Causes and Effects of Discretionary Asset Write-Offs. *Journal of Accounting Research*, 1996, V.34, pp.117-134., Цит по Vogt, M., Pletsch, C., Moras, V., Klann, R., Цит. съч. с. 351.

²⁸³ Abughazaleh, N. M., Al-Hares, O. M., & Roberts, C., Accounting discretion in goodwill impairments: UK evidence, *Journal of International Financial Management & Accounting*, 2011, Vol. 22(3), pp.165-204.

и свързаните с това стимули и/или ограничения, на по-големия брой ЕГПП и т.н. Те приемат, че е нормално да съществува връзка между икономическото представяне на предприятието и признатите загуби от обезценка на репутацията.

Друг съществен момент, който следва да бъде отчетен, е влиянието на институционалните фактори. Poel, Maijoor и Vanstaelen²⁸⁴ заключават в своето изследване, че институционалните фактори влияят значително върху решението за обезценка на репутацията. Те установяват, че честотата на обезценяването на репутацията не е еднаква в отделните държави и зависи от вида на правната система и качеството на правораздаването в страната.

Независимо от сравнителната обективност на финансовите показатели считаме, че не трябва да се изключват от обхвата на анализа и онези нефинансови измерители, които често са пряко свързани с мотивите за осъществяване на сделката по придобиване на предприятие и могат да окажат съществено влияние върху стойността на репутацията. Както сме посочвали и преди, като такива индикатори могат да бъдат разглеждани: информацията за корпоративния мениджмънт и стратегията на предприятието, информация относно корпоративната социална ангажираност на компанията, средата в която функционира, пазарния дял, който има, броя на клиентите, текучеството на персонала, информация за формирани корпоративни културни ценности, заложените стратегии за развитие и т.н.²⁸⁵

Mavrinac и Siesfeld²⁸⁶ правят опит да анализират важността на нефинансовите фактори в процеса на вземане на инвестиционни

²⁸⁴ Poel, K., Maijoor, S. and Vanstraelen, A., IFRS goodwill impairment test and earnings management: the influence of audit quality and the institutional environment, July, 2009, https://www.researchgate.net/publication/228431028_IFRS_goodwill_impairment_test_and_earnings_management_the_influence_of_audit_quality_and_the_institutional_environment, видяна на 05.02.2017

²⁸⁵ Атанасов, Ат., За финансовите измерения на нефинансовата информация при осъществяването на бизнескомбинации, Сборник с доклади от научно-практическа конференция с международно участие, Изд. „Наука и икономика“, Варна, 2012, с. 435-445.

²⁸⁶ MARVINAC, S., SIESFELD, T., Measures that matter: An exploratory investigation of investors information needs and value priorities, The economic impact of knowledge, p.273-294.

решения от участниците на финансовите пазари и стигат до заключението, че нефинансовата информация има значително влияние при вземане на решения за инвестиране. Тази констатация се потвърждава и от изследване, проведено от Ernst&Young²⁸⁷ в средите на финансови мениджъри на американски компании, които посочват, че „нефинансовите индикатори са важни за тях, тъй като им позволяват да оценят вътрешната среда в компанията”. Като заключение се посочва, че 35% от инвестиционните решения са детерминирани от нефинансова информация. В продължение на това изследване авторите посочват, че определена нефинансова информация е особено важна за инвеститорите. Всеки 3 от 5 показателя, които са важни за 90% от инвеститорите са финансови, докато 5 от 10 показателя, които са важни според 80% от инвеститорите, са нефинансови.

В контекста на нефинансовите индикатори следва да се отбележи, че значение за една сделка по сливане и придобиване има и факторът корпоративна култура. Проблемът се състои в обстоятелството, че корпоративната култура има много дълбоки корени, в резултат на което служителите са възприели и са се обвързали с нейните ключови ценности. Последното се подсилва от факта, че тези ценности, вярвания и убеждения са се развили в организацията в хода на времето в процеса на справянето ѝ с проблемите на външната адаптация и вътрешната интеграция и по този начин са се преподали на новите членове като правилен начин на действие, мислене и чувство по отношение на проблемите.²⁸⁸ Посочените предпоставки показват, че наличието на силна корпоративна култура формира значимо нематериално предимство за предприятието със значително влияние върху начина на осъществяване на бизнес процесите в него, но тя именно може да се превърне в ключов проблем за успеха или неуспеха на една сделка.

В много случаи именно културните различия и културната съвместимост или несъвместимост са онзи фактор, който може да промени до неузнаваемост финансовите планове на мениджърите в едно сливане или придобиване. В свое интервю един от най-цитираните топ-мени-

²⁸⁷ Measures that matter, E&Y, 1997, <http://www.valuementors.com/pdf/Measures%20that%20Matter.pdf>.

²⁸⁸ Тази дефиниция на корпоративната култура е дадена от Е. Шайн. За повече информация В и ж ПАУНОВ, М., Организациянна култура. София, 1996, с. 18.

джъри в областта на сливанията и придобиванията – Лоурънс Мелман²⁸⁹ казва, че „културата е от решаващо значение при всичките ни сделки. Културата на фирмата, която е обект на интерес, обикновено е подложена на задълбочено изследване от нашите специалисти“.

Безспорно корпоративната култура намира своето отражение в поведението на човешкия фактор в предприятията. Така според Wyatt²⁹⁰ определени индустрии са силно зависими от интелектуалния капитал и в частност от човешкия капитал. Тя посочва, че използването на нефинансови измерители, като способностите на персонала, е много важно за предприятията и те могат да бъдат асоциирани с различните нива на растеж в отделните фирми. Wyatt счита, че възприетите подходи по отношение на управлението на „човешкия капитал“ са свързани с финансовото представяне на фирмата. В своите изводи тя се опира на изследването на Hand²⁹¹, според което финансовите измерители като прираст на собствения капитал, реализирани печалби, приходи от дейността, стойност на продажбите, платени дивиденди и др. могат да обяснят около 70% от пазарната цена на акциите на компаниите. По този начин авторът открива широко поле за дискусия относно наличието на неоценен „човешки капитал“ като потенциал във финансовите отчети на предприятията. Наличието на подобни изводи само затвърждава схващането за наличие на релация между интелектуалния капитал и репутацията.

В своето изследване на тема „Културни въпроси в сливанията и придобиванията“²⁹², одиторската компания Делойт насочва вниманието към неуспешните сделки по сливане и придобиване като посочва, че бизнесът в световен мащаб изглежда като изграден от интегрирани компании, които обаче са загубили стойност за акционерите. И въпро-

²⁸⁹ Lessons of the masters of takeovers - Meeting of Directors General for S & P, HarvardBusinessReview, June, 2000.

²⁹⁰ Wyatt, A., What Financial and Non-Financial Information on Intangibles is Value Relevant? A Review of the Evidence, Accounting and Business Research, 2008, Vol. 38, No. 3, pp. 217-256.

²⁹¹ Hand, J., The Market Valuation of Biotechnology Firms and Biotechnology R&D, WP, University of North Carolina, Цит. по Wyatt, A., What Financial and Non-Financial Information on Intangibles is Value Relevant? A Review of the Evidence, Accounting and Business Research, 2008, Vol. 38, No. 3, p. 63.

²⁹² Miller, F., Fernandes, E., Cultural Issues in Mergers and Acquisitions, Deloitte Development LLC, Touche Tohmatsu, 2009.

сът, който неизбежно възниква според авторите, е: Кои са онези сили, които са достатъчно мощни, за да противодействат на енергията от икономии от мащаба, които са постигнати в сделката или глобалното разрастване на пазарния дял и т.н., за да бъде похабена тази стойност? В ролята на тези сили те откриват културата на отделните предприятия, участващи в дадена бизнескомбинация, което означава, че тези въпроси наистина могат да имат решаващо значение за успеха или провала на една бизнескомбинация.

В изследване, проведено сред 123 компании в целия свят, консултантската компания Aon Hewitt²⁹³ – глобален лидер в консултирането в областта на човешките ресурси – констатира, че в топ 10 на факторите, довели до неуспех на дадена бизнескомбинация на второ място с 33% са въпросите, свързани с културната интеграция и освен това има косвено отношение и към останалите причини, които могат да доведат до неуспех на една сделка. Много други автори също приемат, че културата е една от основните бариери за ефективната интеграция след дадена бизнескомбинация. В свое изследване Dixon посочва, че 30% от осъществените бизнескомбинации се провалят в рамките на три години заради несъстояла се интеграция, в основата на което стои проблемът с корпоративната култура.²⁹⁴ Подобни са и изводите на Nasreen и Yasmeen, според които културата може да бъде свързана със създаването на стойност за предприятието или подкопаване (намаляване) на създадената стойност, поради което считат, че към този проблем следва да се подходи с нужното внимание при всяка отделна сделка.²⁹⁵

В търсене на връзката между корпоративната култура и отчитането на репутацията считаме, че основният проблем, свързан с интерпретирането на културата в предприятията е, че превръщайки се в една от основните цели на дадена сделка, кадрите на придобиваното предприятие и техния потенциал всъщност не намират стойностна оценка

²⁹³ Culture Integration in M&A Survey Findings, Aon Hewitt, 2011.

²⁹⁴ Dixon, I., Culture Management and Mergers and Acquisitions, Society for Human Resource Management case study, March 2005, p.1. / https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/Documents/CMS_011564.pdf, видяна на 10.01.2017.

²⁹⁵ Nasreen, Dr. V. Noorzia; Yasmeen, V. Shugufta. A STUDY ON CULTURAL ISSUES IN MERGERS AND ACQUISITIONS. **International Educational Scientific Research Journal**, [S.l.], Vol. 2, No 4, 2016. <http://iesrj.com/journal/index.php/iesrj/article/view/58>, видяна на 10.03.2017.

във финансовите му отчети. Осъществявайки едно придобиване и плащайки премия над стойността на придобитите нетни активи в сделката, инвеститорът всъщност дава оценка именно на потенциала от квалифицирани кадри на компанията, чиито счетоводен израз е репутацията. Тук обаче интеграционните процеси не приключват, а тепърва започват. Какво би станало, ако в следствие тези кадри не приемат новата „философия” на бизнеса и откажат да работят под новото лого, новата мисия и т.н. Възниква резонният въпрос: Какво следва да стане с отчетената репутация? Нали тя е израз именно на онези скрити преимущества, заключени в рамките на кадровия потенциал на придобитото предприятие? В този момент по наше мнение възниква един от основните проблемни моменти при тестването на репутацията - как да се тества за обезценка репутацията на базата на неизмерими счетоводно категории? Това ни кара да считаме, че в подобни случаи следва да се идентифицира обекта на остойностяване в момента на сделката, за който реално е платена премията, израз на която е репутацията. Това би могло да се постигне чрез директна промяна в МСС 36 в тази му част и въвеждането на изискване за идентифициране на обекта, който е носител на репутацията още в момента на сделката. В такъв случай, когато интеграцията е неуспешна поради несходства в корпоративната култура, безспорно е отпаднало основанието за отчитането на репутацията и следва тя да престане да съществува и във финансовия отчет на предприятието.

Културата освен, че има своите измерения на микро ниво – като корпоративна култура, тя може да бъде разгледана и като фактор на национално (макро) ниво. Това наше виждане се основава на разбирането, че преходът към нови счетоводни правила (стандарты) е всъщност преход към различна философия, при което натрупаният опит в прилагането на местно законодателство през годините и формираните културни различия принуждават счетоводителите в различните страни да тълкуват и прилагат счетоводните стандарти по различен начин. Тези различия могат да повлияят върху измерването и оповестяването на финансовата информация във финансовите отчети. Подобни констатации са направени и от одиторската компания Делойт, според които „националната култура е най-вероятно да повлияе върху прилагането

на стандартите за финансово отчитане, когато се изисква преценка²⁹⁶. Това предизвиква загриженост, тъй като МСФО 3 и МСС 36, имащи отношение към отчитането на репутацията, са основани на принципи и изискват значителна степен на преценка от страна на счетоводителите, финансовите мениджъри, и специалистите по оценяване, анализаторите, регулаторните органи, одиторите и т.н.

От изложеното до тук считаме, че е възможно факторите, влияещи върху обезценката на активите, да бъдат разделени в две групи в зависимост от техния обхват и характеристиките им:

- 1) От гл.т. на техния обхват: вътрешни и външни индикатори;

Вътрешни индикатори	Външни индикатори
<p>Финансови</p> <ul style="list-style-type: none"> - Размер на репутацията в ГФО - Пазарната стойност на капитала (пазарна капитализация) - Балансова стойност на капитала /нетните активи/ - Политиките по управление на печалбите - Възвръщаемостта на активите - Нивото на задлъжнялост - Данни от вътрешни отчети на вътрешен одит - Други събития, специфични за предприятието или ЕГПП и т.н. 	<p>Икономически</p> <ul style="list-style-type: none"> - Нивото на производителност в страната, измерено посредством БВП - Ниво на наситеност на пазара, на който оперира предприятието.
<p>Управленски</p> <ul style="list-style-type: none"> - Смяната на изпълнителния мениджмънт - Репутацията на изпълнителния мениджмънт - Начините за формиране на възнагражденията на мениджмънта - Структурата на собствеността 	
<p>Организационни</p> <ul style="list-style-type: none"> - Размер на предприятието - Брой оперативни сегменти / ЕГПП 	

²⁹⁶ The goodwill impairment dilemma: What happens when U.S. GAAP and IFRSs clash?, Deloitte Development LLC., 2013.

2) От гл.т. на техните характеристики: финансови и нефинансови индикатори

Финансови индикатори	Нефинансови индикатори
<ul style="list-style-type: none"> - Размер на репутацията в ГФО - Пазарната стойност на капитала (пазарна капитализация) - Балансова стойност на капитала / нетните активи/ - Политиките по управление на печалбите - Възвръщаемостта на активите - Нивото на задлъжнялост - Брой на ЕГПП - Данни от вътрешни отчети на вътрешен одит - Други събития, специфични за предприятието или ЕГПП - и др. 	<ul style="list-style-type: none"> - Пазарен дял на предприятието - Фирмена култура - Характеристики на персонала/ кадрите - Мотивация на персонала за работа след сделката - Брой клиенти - Структурата на капитала / собствеността - Мотивите на мениджмънта, свързани с формиране на възнагражденията му - Други събития, специфични за предприятието или ЕГПП и т.н.

Следва да отбележим, че обезценката на репутацията е по-специфична в сравнение с обезценката на материалните активи, където много по-лесно е да бъдат установени стойността в употреба или пък нетната справедлива стойност на активите. Затова при извършване на анализ за наличие на обезценка считаме, че посочените индикатори имат съществено значение, и следва да бъдат разглеждани по-скоро като базисни и да бъдат интерпретирани на база характерните особености на дейността на конкретното предприятие. Освен това следва да се спазва принципа на последователност, като се извършва регулярен преглед на обстоятелства, които са били налице в минали периоди и чието наличие е довело да признаване на загуби от обезценка на репутацията.

В практически аспект са налице случаи, при които репутацията, която възниква в резултат на бизнескомбинации, не представлява израз на синергичен ефект или оценка на потенциала, а се дължи на неточности (съзнателни или несъзнателни) при определянето на цената на придобиването, т.е. репутацията включва надплащане и в този случай, считаме, че вероятността от признаване на обезценки е много по-голяма. Поради това считаме, че в ролята на индикатори могат да бъдат използвани някои характеристики на типичната сделка по придобиване, като например:

- размерът на признатата репутация е значителен в сравнение с придобитите нетни разграничими активи;
- значителна част от възнаграждението не е под формата на парични средства, а е за сметка на дяловите участия на придобиващия;
- придобиващото предприятие е платило значителна премия над пазарната стойност на акциите (пазарната капитализация) на придобитото предприятие.

След въвеждането на модела за обезценка без амортизиране на репутацията, основните външни потребители на информация са поставени пред сериозни изпитания при установяването дали стойността на репутацията наистина е намаляла и кога следва да бъде обезценена. В крайна сметка, посочването на различните индикатори за обезценка позволява те да бъдат използвани както от ръководството на предприятието, така и от външните потребители. Освен това няма как да не отбележим обстоятелството, че при наличие на добро пазарно представяне на едно предприятие, то пазарната му капитализация може да бележи трайна тенденция на стабилност или леко повишаване и в този случай излиза, че предприятието не следва никога да пристъпи към извършване на обезценка на репутацията. В същото време споделяме тезата, че репутацията намалява във времето и се замества от вътрешно генерирана такава, което налага познаването на индикаторите за обезценка и техния навременен анализ от страна на всички заинтересовани страни.

1.2.3. Резултати от емпирични изследвания по отношение на обезценката на репутацията

Фактът, че по отношение на репутацията съществуват толкова много публикации, ни дава основание да считаме, че този въпрос е твърде съществен и заслужава внимание. Едно от значимите изследвания по отношение на обезценката на репутацията е на **Европейския орган за ценни книжа и пазари (ЕОПЦК)**, който през 2013 г. публикува доклад²⁹⁷, в който се извършва преглед на счетоводните практики, отнасящи се до тестването за обезценка на репутацията и другите нематериални активи, признати във финансовите отчети на предприятията. Докла-

²⁹⁷ ESMA Report European enforcers review of impairment of goodwill and other intangible assets in the IFRS financial statements, January 2013, ESMA/2013/2.

дът е изготвен върху финансовите отчети на 235 предприятия – емитенти на ценни книжа за 2011 г., при които се наблюдават значителни стойности на признатата репутация. ЕОПЦК констатира, че признатите загуби от обезценка на репутацията са концентрирани основно до малък брой емитенти, които оперират главно в сферата на финансовите услуги и телекомуникационната индустрия. Общият размер на репутацията, призната във финансовите отчети по МСФО за 2010 г. възлиза на 794,9 млрд. евро, а признатите загуби от обезценка на репутацията през 2011 г. възлизат на 40 млрд. евро. Посочените констатации са обвързани с наблюдавания спад в пазарната капитализация под балансовата стойност на собствения капитал на редица предприятия, като към 31.12.2011 г. 43% от извадката показва пазарна капитализация под собствения капитал, което ЕОПЦК приема като потенциален индикатор за настъпила обезценка. Едва 47% от предприятията признават загуби от обезценка на репутацията в техните финансови отчети за 2011 г. Освен това е констатирано, че увеличението на съотношението: собствен капитал/ пазарна капитализация между 31 декември 2010 г. и 31 декември 2011 г. *„не изглежда напълно отразено в нивото на обезценка на репутацията, наблюдавано през 2011 г.“*. Тук прави впечатление, че и ЕОПЦК използва като първи сигнален фактор за обезценка съотношението между пазарната капитализация и балансовата стойност на собствения капитал. Тенденциите в развитието на това съотношение не винаги следва да бъдат приемани като еднозначен критерий за наличие на обезценка, тъй като предприятията не използват директно пазарната капитализация в тестовете, а определянето на възстановимата стойност изисква използването на по-високата между справедливата стойност, намалена с разходите за продажба и стойността в употреба. Като най-съществена може да определим констатацията, че *„почти 36% от емитентите в извадката са признали загуба от обезценка на репутацията през 2011 г. на стойност приблизително 5% от репутацията, призната във финансовите отчети, за непосредствено предшестващия отчетен период. Значителната обезценка на репутацията обаче, се ограничава до шепа емитенти, където на 5% от емитентите принадлежи почти 75% от обезценката на репутацията“*. Тези резултати са твърде смущаващи за нивото на прилагане на действащите разпоредби в счетоводните стандарти. В резултат на извършеното проучване от ЕОПЦК дефинират

пет области, които пораждаат опасения: 1. *Ключовите допускания на мениджмънта;* 2. *Анализ на чувствителността;* 3. *Определяне на възстановимата стойност;* 4. *Определяне на проценти на растеж и* 5. *Оповестяване на среден дисконтов процент.* Основните проблеми са, че предприятията не оповестяват в достатъчна степен ключовите допускания, които мениджмънтът използва по отношение на прогнозни парични потоци, дисконтов процент и процент на растеж и др., които са използвани в тестването за обезценка, не представят анализ на чувствителността, или използват твърде оптимистични прогнози за растеж в своите отчети.

Друго заслужаващо внимание изследване по отношение на репутацията е проведено от **Европейската консултационна група за финансово отчитане (EFRAG)** през септември 2016 година.²⁹⁸ Проучването обхваща периода от 2005 до 2014 година и включва 328 европейски компании, като основната цел на изследването е да представи доказателства за развитието на репутацията и обезценката ѝ във финансовите отчети през този период. За периода от 2005 до 2011 г. общата сума на признатата репутация във финансовите отчети на изследваните предприятия нараства с 43%, а през 2014 г. бележи своя връх, достигайки 1.341 млрд. евро, като според авторите това се дължи както на значителните суми на новопризната репутация, така и на ниските размери на признатите обезценки за периода. Размерът на репутацията достига средно 3,7% от стойността на всички активи на предприятията, като в САЩ и Европа това съотношение е по-високо, отколкото в Австралия и Япония. Като резултат е установена тенденция загубите от обезценка на активите да бъдат по-високи в годините, когато се наблюдава спад в пазарната капитализация и по-ниски при положителни тенденции в развитието ѝ. Интересен е изводът, че предприятията, които имат отрицателен финансов резултат преди признаване на обезценките, са по-склонни към признаване на загуби от обезценка на репутацията си. Подобно заключение откриваме и в изследването на Tsavaloutas, Andre и Dionysiou²⁹⁹, където едва 114 от 554 предприятия в извадката

²⁹⁸ What We Really Know About Goodwill and Impairment? A Quantitative Study, EFRAG, September, 2016.

²⁹⁹ Tsavaloutas, I., Andre, P., Dionysiou, D., Worldwide application of IFRS 3, IAS 38 and IAS 36, related disclosures, and determinants of non-compliance, ACCA RESEARCH

са обезценили репутацията си. Тримата автори разкриват интересни факти около избора на ключови показатели при осъществяването на теста за обезценка. Така например, по отношение на бъдещите периоди за прогнозиране на паричните потоци, 70,7% от предприятията посочват, че използват периоди не по-дълги от 5 години, 11,6% използват период между 5 и 10 години, 3,9% - над 10 години, а 13,8% изобщо не публикуват подобна информация, като най-често за измерители на възстановимата стойност се използват стойността в употреба (77%) или справедливата цена, намалена с евентуалните разходи (6%). Няма как да не отбележим факта, че и в това изследване се констатира сравнително нисък дял на предприятията, които отчитат загуби от обезценка на репутацията, като най-голям е броят на европейските компании, за разлика от тези в САЩ, Австралия и Япония, като в изследването е разкрито, че тези предприятия оперират основно в сферата на телекомуникациите и финансовите услуги.

Разгледаните до тук изследвания налагат извода, че водени от различни причини, предприятията не са склонни към признаване на загуби от обезценка на репутацията. Опасенията за съзнателно непризнаване на обезценки на репутацията не бяха подминати и от председателя на IASB Hans Hoogervorst. В речта си³⁰⁰ пред конференцията на Международната асоциация за счетоводно образование и изследвания през месец юни 2012 г., той изразява своите опасения, че по време на финансовата криза обезценката на репутацията често настъпва прекалено късно, което на свой ред поставя под съмнение надеждността на осъществяваните тестове за обезценка на репутация. В друго свое изказване³⁰¹ Hoogervorst посочва, че при нормални обстоятелства се очаква, че поне част от репутацията ще бъде отписана постепенно, тъй

REPORT 134, Certified Accountants Educational Trust (London), 2014. Available from: <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/financial-reporting/gr-134-001.pdf>, видяна на 01.11.2016.

³⁰⁰ "The imprecise world of accounting", Speech by Hans Hoogervorst, Amsterdam, June 2012: Available from: <http://www.ifrs.org/Alerts/Conference/Pages/HH-speech-Amsterdam-June-2012.aspx>, видяна на 10.01.2017.

³⁰¹ Hoogervorst, H., *Chairman of the IASB*, The Concept of Prudence: dead or alive?, FEE Conference on Corporate Reporting of the Future, Brussels, Belgium, Tuesday 18 September 2012, Available from: <http://www.ifrs.org/Alerts/PressRelease/Documents/2012/Concept%20of%20Prudence%20speech.pdf>, видяна на 15.01.2017.

като с течение на времето се реализират очакваните синергии. Но на практика, предприятията може да се колебаят да намалят размера на репутацията си, за да избегнат впечатлението, че са взели лошо инвестиционно решение. Въпросът според Hoogervorst е дали настоящите правила осигуряват достатъчно строгост по отношение на възможните решения.

Тезата на Hoogervorst намира своето емпирично потвърждение в изследването на Amiraslani, Iatridis и Pope.³⁰² Те потвърждават, че независимо от размера на признатите обезценки, времето на признаването им предполага съществена критика по отношение на модела за тестване за обезценка на репутацията като цяло. В своето изследване те оценяват съвременността на обезценките за периода 2006 – 2011 г. Обхватът на изследването е впечатляващ, тъй като включва 4474 уникални предприятия от 23 страни от ЕС и Швейцария, но за съжаление не присъства България. Изводите им показват забавяне на счетоводното признаване на обезценките във времето като се позовават на идеята, че възвръщаемостта е по-силно повлияна от лошите новини чрез намаляване на доходността от акциите, за разлика от анонсирането на добри новини, които в много по-малка степен водят до положителни ефекти върху възвръщаемостта. Установена е различна степен на обезценка на репутацията в отделните изследвани държави, което ни дава основание да обобщим, че външните фактори също имат значение при тестването за обезценка на репутацията, като в случая със скандинавските държави може да се търсят регионални, културни, правни и др. причини. Самите автори изтъкват и друга причина – различната степен на спазване на изискванията на приложимите стандарти по отношение на обезценката на репутацията в отделните държави. Като краен резултат от изследването авторите дефинират няколко ключови проблеми при оценяването на активите и по-специално на репутацията, и формулират препоръки за подобряване на отчитането и обезценките в Европа. Тези препоръки обхващат оповестяването на повече информация относно параметрите на теста за обезценка, определянето на ЕГПП, базата за определяне на възстановимата стойност на ЕГПП, определянето на

³⁰² Amiraslani, H., Iatridis, G.E., Pope, P., Accounting for asset impairment: A test for IFRS compliance across Europe. A research report by the Centre for Financial Analysis and Reporting Research, Cass Business School, City University, London, 2012.

прогнозните парични потоци, нормите на дисконтиране и на растеж, информацията относно допусканията на мениджмънта и т.н.

Една от най-сериозните публикации в тази област, която не просто посочва недостатъците на модела на обезценката като единствено приложим при последващото оценяване на репутацията, но и дава насоки за подобряване на отчитането, е съвместната публикация на EFRAG (European Financial Advisory Group), ASBJ (Accounting Standards Board of Japan) и OIC (Organismo Italiano di Contabilità), озаглавена „Трябва ли репутацията да не бъде амортизирана все още?“³⁰³ Авторите на изследването обобщават опита както на представените от тях организации, така и резултатите от проведени от тях анкетни проучвания и кръгла маса по темата. Проучването, извършено от EFRAG и OIC показва, че информацията за репутацията във финансовите отчети е твърде несигурна, съдържа висока степен на риск, значителна степен на преценка по отношение на ключови допускания при теста и субективност по отношение на определянето на параметрите му и обикновено имат забавено проявление във времето.

Много сериозно като мащаб е извършеното от Andre, Filip и Paugam проучване за различията в моделите на обезценяване на репутацията в Европа и САЩ.³⁰⁴ Периодът, през който е извършено проучването, обхваща годините от 2006 до 2015 г. и включва наблюдение върху 35 000 годишни отчета за този период. Установени са значителни различия при признаването на обезценките в периода на глобалната финансова криза през 2008 – 2009 г. През този период американските компании, които са отчетели обезценка, са отписали между 40 и 63% от репутацията си, докато при европейските компании този процент е едва 6-7%, като най-съществено признаване на обезценки от европейските предприятия се наблюдава в годините, когато те имат отрицателни стойности на показателя ЕБИТДА. Авторите формират и извода, че само 20-25% от предприятията признават обезценки на база фактори за измерване на икономическата обезценка и това, заедно с предходната констатация,

³⁰³ Should Goodwill Still Not Be Amortised? Accounting And Disclosure For Goodwill. EFRAG, ASBJ, OIC, July, 2014.

³⁰⁴ André, P., Filip, A., Paugam, L., Examining the Patterns of Goodwill Impairments in Europe and the US (November 10, 2016). Forthcoming, Accounting in Europe. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2867340>.

според авторите, може да бъде определено като инициране на практики за „изкъпване“ на резултатите.

Значимо изследване в областта на обезценката на репутацията е проведено и от международната инвестиционна банка „Houlihan Lokey“³⁰⁵ през периода 2012 -2013 година.³⁰⁶ За значимостта на изследваната проблематика може да съдим и от факта, че изследването включва 600 компании, които формират STOXX Europe 600 Index. Установено е, че след няколко години на ниски нива на обезценка на репутацията през 2011 г. обезценката на репутацията достига най-високите си нива след 2007 г., като размерът на признатите загуби е повече от пет пъти по-висок от тези, регистрирани през 2010 г. Въпросът, който се поставя, е „дали това е индикация, че компаниите се възползват от по-високата си рентабилност и *извѣршват необходимите обезценки* (курсивът мой) на репутацията или по-скоро техните мениджърски екипи очакват по-трудни времена?“³⁰⁷ Тези разсъждения са поставени в контекста на движението на индекса STOXX Europe 600, чиито нива са все още почти 40% по-ниски от пика си за 2007 г., и според последните данни на МВФ прогнозите за реалния БВП за Европейския съюз (ЕС) са на най-ниското си ниво от 2007 г. насам. Именно тези разсъждения на инвестиционните банкери ни дават за пореден път основание да считаме, че наред с характерните за предприятието индикатори, не следва да бъдат пренебрегвани общо-икономическите индикатори за развитието на икономиката при реализиране на тестовете за обезценка, а от друга страна за пореден път показват, че мениджмънтът на предприятията има възможността на управлява признаването на обезценките във времето. Всъщност едва 28% от предприятията признават загуби от обезценка на репутацията през 2011 г., като над 70% от тях са били отчетени от два отрасъла: банки и телекомуникации. Сходни резултатите са оповестени в изследването на консултантската компания Duff

³⁰⁵ Thomson Reuters класира „Houlihan Lokey“ като № 1 сред консултантите по въпросите на справедливата стойност и оповестяването в областта на сливанията и придобиванията за последните 20 години. Виж класацията на: <http://www.hl.com/us/mafairnessrankings.aspx>, видяна на 10.04.2017.

³⁰⁶ The European Goodwill Impairment Study 2012-2013, Houlihan Lokey. Available from: www.HL.com.

³⁰⁷ Пак там, р. 4.

& Phelps, което е проведено през 2015 година, като обхваща периода от 2010 до 2014 г. и отново е съсредоточено върху компаниите, които попадат в STOXX[®] Europe 600 Index.³⁰⁸ Според изследването, европейските компании са признали обезценки на репутацията си в размер на 29,4 млрд. евро през календарната 2014 г., което представлява намаление от приблизително 41% от 49,6 млрд. евро, отчетени през 2013 г. Налице е спад в съвкупните обезценки на репутацията, който според авторите е в общи линии съвместим с икономическите тенденции, наблюдавани в Европа през 2014 г., като получените резултати още веднъж затвърждават схващането, че значителни по размер обезценки са съсредоточени в малко на брой предприятия и сектори на икономиката (в случая „Телекомуникации“ и „Финансови услуги“). Като цяло е интересна констатацията, че през разглеждания период повечето компании добавят повече нова репутация в отчетите си като стойност, отколкото обезценяват за периода. Така например през 2014 г. са добавени 67 млрд. евро репутация към балансите на дружествата, включени в проучването, а репутацията на стойност 29 млрд. евро е обезценена, което води до нетно увеличение на репутацията от 38 млрд. евро.

За пределите на България няма проведено самостоятелно изследване относно последващата оценка на репутацията във финансовите отчети на предприятията. Въпреки това са налице изследвания като това на Д. Георгиева по отношение на нетекущите активи изобщо.³⁰⁹ Тя констатира, че през изследвания от нея шест годишен период от 2008 до 2013 г. само в 15% от случаите предприятията са счели, че са налице основания за признаване на загуби от обезценки, като и в този малък относителен дял според автора преобладават основно обезценките на ДМА и на инвестиции в дъщерни предприятия. Не без основание авторът счита, че „обезценката на нетекущите активи е сложна процедура, която по-често е „заобикаляна“ от предприятията у нас“ (в България – бел. моя).

Като най-важен атестат от приемането през 2004 г. на МСФО 3 – *Бизнескомбинации* може да се приеме оценката на Борда за МСС, който изготвя този стандарт. След влизането му в сила възникнаха редица

³⁰⁸ 2015 European Goodwill Impairment Study, Duff & Phelps, December 2015. Available from: www.duffandphelps.com, видяна на 20.09.2016.

³⁰⁹ Георгиева, Д., Цит. съч., с. 179-187.

въпроси, както сред академичните среди, така и сред практикуващите счетоводители. Значителна част от тези въпроси бяха изложени от нас в хода на разработката. Наличието на проблемни моменти от своя страна наложи през 2015 г. Бордът да извърши Преглед на прилагането на стандарта с цел формиране на обратна връзка с основните заинтересовани страни при разкриване на ключови проблемни области при прилагането на МСФО 3. В резултат на извършения преглед през юни 2015 г. IASB публикува доклад³¹⁰, в който дефинира седем ключови области от прилагането на стандарта, които са важни за изследваната аудитория – инвеститори, одитори, съставители на финансови отчети, счетоводни фирми, регулаторни органи, различни браншови организации и представители на академичните среди. Сред тези области са: дефинирането на обхвата на категорията „бизнес“; съществуващия модел за последваща оценка на репутацията; оценката на неконтролиращите участия; оценяването и отчитането на нематериалните активи, придобити в резултат на бизнескомбинацията, които са различни от репутацията; използването на справедливи оценки при отчитането на бизнескомбинациите и оповестяванията във финансовите отчети по отношение на бизнескомбинациите и репутацията, като с най-висока степен на същественост са определени въпросите, свързани с последващото оценяване на репутацията и дефинирането на бизнеса.³¹¹ Конкретно по отношение на последващото оценяване на репутацията не може да се формира единно заключение по отношение на вижданията на различните групи потребители. Инвеститорите имат смесени възгледи относно подхода само за обезценка (т.е. без амортизация) на репутацията. Някои инвеститори подкрепят настоящите изисквания, защото смятат, че подходът, който се основава само на обезценяването:

- ✓ е полезен за съотнасяне на платената цена към това, което е придобито и за изчисляване на възвръщаемостта на инвестирания капитал;
- ✓ им помага да оценят управлението на ръководството; и
- ✓ им помага да проверят дали дадено придобиване „работи“ според очакванията.

³¹⁰ Post-implementation Review of IFRS 3 Business Combinations. Report and Feedback Statement, IASB, June 2015, p.13.

³¹¹ Пак там, с. 8.

Освен това те смятат, че информацията, предоставена от теста за обезценка на положителната репутация, е полезна, тъй като има потвърждаваща стойност. Друга част от инвеститорите биха предпочели повторно въвеждане на амортизацията на репутацията, защото смятат, че:

- ✓ репутацията, придобита в бизнес комбинация, се поддържа и замества с вътрешно генерирана репутация във времето;
- ✓ оценката на полезния живот на репутацията е възможна и не е по-трудна от оценката на полезния живот на други нематериални активи;
- ✓ стойността на репутацията е платена и така рано или късно тя трябва да окаже въздействие върху печалбата или загубата;
- ✓ амортизирането на репутацията би намалило колебанията в печалбата или загубата в сравнение с модела на обезценка; и
- ✓ амортизирането на репутацията би намалило натиска върху идентифицирането на нематериални активи, тъй като репутацията и нематериалните активи ще бъдат амортизирани.

Много от участниците в прегледа предлагат въвеждането на смесен подход за амортизация и обезценка. При този модел тестът за обезценка ще се изпълнява само ако възникнат специфични индикатори за обезценка.

Позоваването на извършени академични изследвания позволява на IASB да посочи, че някои мениджъри използват възможността за преценка при признаване на обезценките по начини, които са потенциално благоприятни за самите тях. Независимо от това, както вече изложихме, някои проучвания стигат до извода, че обезценяването отразява икономическите реалности, тъй като е свързано с цената на акциите (т.е. тя е свързана със стойността). Тези факти показват, че за едни предприятия, прилагащи МСС/МСФО, въпреки че съществуват известни доказателства за управленска преценка по отношение на размера и сроковете за признаване на обезценка, моделът за обезценка на МСФО работи ефективно, а при други – не. Това от своя страна поставя въпроса за приложимостта на изискванията за тестване на репутацията, заложен в МСС 36. Много участници смятат, че тестът за обезценка е сложен, отнема време, скъп е и допуска в значителна сте-

пен субективни оценки. Основните предизвикателства са следните:³¹²

- трудности при определянето на дисконтовия процент;
- прогнозите за паричните потоци и изискването за извършване на теста въз основа на най-новите одобрени бюджети, които с течение на времето могат да се различават съществено от бизнес-плановите към датата на придобиване. Тези ограничения се възприемат като изкуствени от участниците;
- много участници смятат, че има известно „изоставане“ във времето между настъпването на обезценката и признаването на обезценката във финансовите отчети;
- разходите, свързани с извършването на теста за обезценка, включително изискването за ежегодно извършване на теста при отсъствие на индикатори за обезценка, са значителни;
- опасения относно високата степен на субективност в допусканията, използвани при изчисляването на стойността в употреба и други допускания;
- трудности (и субективност) при разпределянето на репутацията между ЕГПП за целите на тестовете за обезценка и преразпределянето на тази репутация при бъдещо реструктуриране.

Всички констатации, направени от IASB, който е изготвил приложимите стандарти, показват сериозна степен на загриженост относно прилагането на изискванията на стандартите по отношение на репутацията в частност и бизнескомбинациите като цяло. Прави впечатление, че почти всички от посочените проблеми са свързани с признаването и последващото оценяване на репутацията, възникнала в резултат на бизнескомбинации. Това ни позволява да заключим, че съществуващият ред за извършване на обезценката на репутацията и определените елементи за оповестяване са много важни, с цел получаване на реални индикации за състоянието на бизнеса и необходимостта от извършване на обезценка, но от друга страна - те са изключително чувствителни и лесни за манипулиране, тъй като при определянето им се използват вътрешни предположения и оценки на мениджмънта на предприятието. Ето защо считаме, че така вменените на ръководството на предприятието ангажименти по отношение на определянето на ключови елементи

³¹² Post-implementation Review of IFRS 3 Business Combinations. Report and Feedback Statement, IASB, June 2015, p.22.

при извършване на теста за обезценка от една страна, и при даване на публичност на извършения тест от друга страна, дават сериозен лост в ръцете на мениджмънта върху повлияването на финансовите резултати на предприятието, които ще бъдат разгледани последователно.

1.2.4. Критичен анализ на приложимите счетоводни стандарти и използването на обезценките като средство за манипулиране на финансовите резултати.

Въвеждането на новите изисквания за ежегодно тестване за обезценка на репутацията без текущото ѝ амортизиране беше обосновано от IASB и FASB с виждането, че много често стойността на репутацията намалява във времето по начин, който е различен от линейното амортизиране и посредством новите правила се постига по-адекватно и коректно представяне на размера на репутацията във финансовите отчети. Когато промените в правилата за последващото оценяване и отчитане на репутацията бяха анонсирани и в следствие приети, една част от представителите на академичните среди и практикуващите счетоводители изразиха своите опасения, че въведените изисквания ще постигнат целта си.

От позициите на времето днес, 16 години след приемането на новите правила в САЩ и 13 години след въвеждането им в МСС/МСФО, равностметката е наложителна. Няма как да не отбележим, че прилагането на нормите доведе както до затвърждаване на позициите на някои убедени привърженици на промяната, така и до все по-вече критични мнения на нейните противници. Една част от критиците представят различни аргументи, според които прилагането на справедливи стойности, използвани при тестването за обезценка на репутацията, ще „дадат възможност на компаниите да управляват доходността си посредством забавяне в признаването на обезценките във финансовите отчети“.³¹³ Други считат, че самият тест за обезценка е твърде комплексен и скъп за предприятията, трети, както вече споменахме, виждат в прилагането на модела за тестване прекалено много възможности за изразяване на субективни оценки от страна на мениджмънта на предприятието, което от своя страна е предпоставка за компрометиране на извършените тестове и т.н.

³¹³ Chambers, D., Finger, C. Goodwill Non-Impairment, CPA Journal 81.2, 2011, pp.38-41.

През периода на прилагане на новите разпоредби бяха извършени редица изследвания и се появиха множество публикации, чиято цел беше извършването на анализ относно ефектите от прилагането на тези разпоредби. В свое изследване на ефектите от въвеждането на новия режим Dunse и др. споделят виждането, че предишният режим на отчитане, позволяващ амортизирането на репутацията, води до намаляване на отчитаните печалби и доходността на една акция за предприятия.³¹⁴ Това според авторите се дължи на факта, че амортизацията е известен във времето годишен разход, който предприятието може да предвиди. Тази констатация, в комбинация с разбирането, че стойността на репутацията намалява във времето по нелинеен начин, позволява на ползвателите на финансова информация при въвеждания нов режим на отчитане да формират очаквания за по-висока степен на колебание на финансовите резултати, тъй като обезценките могат да настъпят неочаквано и с различни стойности.

Тези времеви колебания намират пряко отражение в стойността на активите на предприятието. Според Barksjö и Paananen следва да бъде подложена на тест времевата адекватност на новия метод. Те стигат до заключението, че компании с по-високи стойности на репутацията ще получат предимство пред останалите след премахването на амортизирането ѝ, като получат възможност да показват по-високи стойности на активите си *посредством отлагане* (курсивът мой – Ат. Ат.) на обезценката на репутацията във времето.³¹⁵

Подобни опасения изразяват и Hamberg и др., като считат, че има достатъчно обективни доказателства за това, че репутацията е много „по-устойчива“ във финансовите отчети след възприемането на новия метод за последващо отчитане.³¹⁶ Това е в унисон с очакванията, че разходите за обезценка няма да се появяват в отчетите на предприятията всяка година, което пък според нас е ясна индикация за възможността,

³¹⁴ Dunse, N., Hutchison, N., Goodacre, A., Trade-related Valuations and the Treatment of Goodwill, *Journal of Property Investment and Finance*, 2004, Vol.22 (3), pp. 236-258.

³¹⁵ Barksjö, J., Paananen, M., Preliminary. Evidence of the Effects of the Adoption of the “Impairment-Only Approach to Goodwill in Sweden, p.15-20, <https://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/686/S63.pdf?sequence=1>, видяна 10.01.2016.

³¹⁶ Hamberg, M. at al., Evidence of European IFRS Adoption: The Effect on Goodwill and Intangible Assets, <http://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/685/S62.pdf?sequence=1>, видяна 10.01.2016.

която се открива пред корпоративните мениджъри за изкривяване на доходите в определена посока.

Значителна част от критиките са насочени не към критикуване на концепцията за тестване на репутацията като възможност за последващо оценяване, а към съдържателната страна на осъществяваните тестове и начините за определяне на едни или други показатели, имащи значение при провеждането им. Avallone и Quagli³¹⁷ подлагат на анализ мениджърските преценки при осъществяването на тестовете за обезценка на репутацията. Те изследват компаниите с висока пазарна капитализация във Великобритания, Германия и Италия през периода 2007 - 2011 г. и разкриват несъответствия по отношение на използването на един от задължителните компоненти според МСС 36 - темповете на растеж, които на практика се използват при теста за обезценка в дългосрочен план. Наличието на такива несъответствия рефлектира върху размера на признатата загуба от обезценка на репутацията. Авторите представят емпирични доказателства, че високите оценки на темповете на растеж в дългосрочен план се използват за управление на резултатите от теста за обезценка, което е насочено към предотвратяване или намаляване на размера на признатата загуба от обезценка на репутацията. Това според тях е „тясно свързано с проблема за информационната асиметрия между мениджмънта на компаниите и пазарите“.³¹⁸

Друга критика по отношение на прилагането единствено на подхода за обезценка на репутацията е посочена от Watts и Ramanna³¹⁹, които считат, че процедурите за проверка наличието на обезценка на репутацията, предписани от стандартите са сложни, тежки и скъпи. Освен това, възприетият подход се базира на управленски очаквания, които по своята същност са субективни и поради това е трудно да се проверят и да се одитират. В друго свое изследване те стигат до заключение, че „колкото по-широко е използването на недоказуема справедлива стойност при оценки в областта на счетоводството, толкова повече

³¹⁷ Avallone, F., Quagli, A. Insight into the variables used to manage the goodwill impairment test under IAS 36. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 2015, Vol. 31(1), pp. 107-114.

³¹⁸ Avallone, F., Quagli, A., Цит. съч., р. 113.

³¹⁹ Ramanna, K., Watts, R., Evidence on the use of unverifiable estimates in required goodwill impairment', *Review of Accounting Studies*, 2012, Vol. 17, No. 4, pp. 749-780.

„мениджмънт“ ще се появява във финансовите отчети“.³²⁰ Те обобщават, че най-често използваните методи за злоупотреба се свеждат до:

- ✓ Забавяне в признаването на загуби от обезценка на репутацията, завишени стойности на текущите приходи и нетните активи *или*
- ✓ Завишаване на загубите от обезценка на репутацията, подценяване на текущите приходи и нетните активи като част от „голямото изкъпване“³²¹ в счетоводство.

Както заключава Katz по отношение на мотивите, които стоят в основата на управлението на доходите, „желанието да се постави най-доброто лице на финансовите отчети не е пример за реално развитие, но в края на краищата всички искат да разкажат една добра история“.³²² Тези думи ни дават основание да считаме, че проявлението на концепцията за управлението на приходите е актуално в някакъв вид винаги, когато се появи следващата голяма ниша за проявлението ѝ. Отнасянето на тези опасения към концепцията за тестване на репутацията за обезценка е подкрепено и от виждането на Li и Sloan³²³, според които посочените от различни автори слабости правят тестовете за обезценка ненадеждни и на практика позволяват на мениджмънта на предприятието да забави във времето извършването на обезценките, като по този начин управлява реализираните от компанията резултати.

Освен посочените до тук аргументи считаме, че следва да се анализира и бъдещата времева реализация на теста за обезценка. Науп и

³²⁰ Ramanna, K., Watts, R., Evidence on the Effects of Unverifiable Fair-Value Accounting, August 31, 2007, Harvard Business School Working Paper No. 08-014. //Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1012139>. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1012139>, видяна на 10.12.2016.

³²¹ Терминът „big bath“ се използва в английският език за счетоводни техники, които имат за цел да бъдат манипулирани доходите на предприятията посредством т.нар. „изкъпване“ или „бания“. Поради тази причина сме си позволили да използваме оригиналния израз, макар да няма официално прието значение у нас.

³²² Katz, D., Earnings Management. So what happened to reserving? Too many executives got caught with their hands in the cookie jar, CFO.com, December, 2002. <http://www.cfo.com/printable/article.cfm/3007762>, видяна на 10.03.2017.

³²³ Li, K., Sloan, R., Has Goodwill Accounting Gone Bad? (January 23, 2017). Review of Accounting Studies, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1466271>, видяна на 01.04.2017.

Hughes³²⁴ стигат до убедителни резултати за съществуването на времева разлика (лаг) между момента на настъпване на обстоятелствата за обезценката и реалното признаване на загубите от обезценка и следователно има забавяне между възможността на инвеститорите да се предскаже обезценка и времето на икономическото влошаването на репутацията като актив.

Мениджърите на предприятията винаги са имали стремеж към показване на резултати, които в най-висока степен биха удовлетворили собствениците на компаниите, и по този начин биха им гарантирали нов договор за управление. Възможностите за реализация на този стремеж винаги минават по един или друг начин през прилагането на различни счетоводни техники, посредством които се постига влияние върху финансовите резултати на предприятията, което често е определяно с понятието „управление на резултатите (доходите)“.

Считаме, че „управлението на доходите“ (earnings management) се нуждае от специално внимание, тъй като оказва влияние върху цялостното финансово състояние на предприятието. Според някои автори всъщност това е най-важният фактор, който оказва влияние върху качеството на доходите. Управлението на доходите като концепция се отнася основно до принципа на начисляването. Управлението на доходите се свързва главно с мениджърите, които използват възможностите, които са им предоставени от счетоводните правила, за упражняване на своята лична преценка по отношение на счетоводното начисляване и упражняването на счетоводен избор по отношение на третирането на различни обекти в предприятието, водени от идеята за реализация на техните лични цели.

В своята дефиниция Watts и Zimmerman³²⁵ описват управлението на доходите като процес, който се случва, когато управителите упражняват своето право на преценка по счетоводни въпроси с или без ограничения. Приемайки тази дефиниция като твърде широка считаме, че за да се говори за управление на доходите, следва да бъдат изпълнени

³²⁴ Hayn, C., Hughes, P.: “Leading Indicators of Goodwill Impairment”, 2005, *Journal of Accounting, Auditing and Finance, Forthcoming*, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=850705, видяна на 30.03.2016.

³²⁵ Watts, R.L., Zimmerman, J.L., Positive accounting theory: a ten year perspective, *The Accounting Review*, V.65, 1990, p. 131–156.

някои изисквания. Такива са формулирани от Field и др. Според тях управлението на приходите може да стане рационална стратегия за отчитане, но при някои специфични условия:³²⁶

- (1) мениджърите да имат известно информационно предимство в сравнение с останалите заинтересовани страни;
- (2) интересите на мениджърите да не са напълно в съответствие с интересите на заинтересованите страни;^и
- (3) мениджърите да имат достатъчна степен на свобода да вземат счетоводни решения.

Водени от тези условия, категорично отстояваме позицията, че не всички счетоводни решения следва да бъдат възприемани като реализиране на концепцията за управление на доходите и терминът „управление на доходите“ надхвърля счетоводния избор. Именно затова считаме, че възможността за упражняването на избор е важна, но не е достатъчна, за да говорим за наличието му. Подобно е схващането и на Dechow и Skinner³²⁷, според които някои форми на управление на доходите, като изглаждането на доходите, трудно се различават от подходящите счетоводни решения и от особена важност е да се прави разлика между нормалните счетоводни практики и тези, които са мотивирани от управлението на доходите.

Всъщност спираме вниманието си върху тази тема и по още една много важна причина. Както посочват Merchant и Rockness, „счетоводните практики за управление на доходите „са може би най-ключовият етичен проблем, пред който е изправена счетоводната професия“.³²⁸ Подобно заключение е формулирано и от Giner и Pardo, които изследват 538 испански публични дружества за периода 2005 -2011 г. Според авторите на изследването „обезценяването на положителната репутация се отчита в резултат на неетично поведение на мениджмънта с цел да се достигне до желания нетен резултат“.³²⁹ Посочените констатации

³²⁶ Field, T. D., Lys, T. Z., Vincent L., Empirical Research on Accounting Choice, *Journal of Accounting and Economics*, Vol 31, No 1-3, 2001, p. 255-307.

³²⁷ Dechow, P. M., Skinner, D.J., Earnings management: Reconciling the views of accounting academics, practitioners, and regulators, *Accounting Horizons*, Vol. 14, 2000, p. 235-250.

³²⁸ Merchant, K., Rockness, J., The ethics of managing earnings: An empirical investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*, V. 13, 1994, p.79–94.

³²⁹ Giner, B., Pardo, F., How Ethical are Managers' Goodwill Impairment Decisions in Spanish-Listed Firms?, *Journal of Business Ethics*, 132, 2015, p.36.

за пореден път ни дават увереност за наличието на проблем, свързан с възможностите за преценка от страна на мениджмънта при извършване на обезценките. Посоченото изследване е ценно и с разкриването на допълнителни фактори, оказващи влияние върху склонността на предприятията да обезценяват активите си, като макроикономическата среда и размера на предприятието. Това от своя страна, обвързано с комплексността на провежданите тестове, налага виждането, че разходите и сложността на провеждането им повлияват решенията на мениджърите, като по този начин по-големите компании изглеждат по-склонни да отчитат обезценки, отколкото малките.

В свое изследване *Mazzi, Tsalavoutasi Liberatore*³³⁰ разглеждат възприятията на изготвящите финансовите отчети относно сложността, свързана с прилагането на изискванията на IAS 36. Този аспект считаме, че е особено важен по отношение на преценката за приложимостта на съществуващите правила за последващо оценяване на репутацията. Резултатите, основаващи се на 48 попълнени въпросника от финансови директори на италиански публични предприятия (18% от италианските публични предприятия) показват, че „МСС 36 се възприема като нетипичен стандарт в МСФО, който изисква субективно тълкуване от страна на изготвящите, адаптивен е към управленските потребности и не ограничава творческото отчитане“. Респондентите не виждат силна връзка между изискванията за оповестяване на IAS 36 и пазарните променливи, с изключение на възвръщаемостта на акциите. Обобщените резултати от изследването показват също така, че процесът на тестване за обезценяване е станал по-труден по време на отминалата финансова криза и нещо, което считаме, че е от особена важност - че насоките, издадени от италианските органи за подкрепа на изискванията за стандартите, не съдействат за спазването на задължителното разкриване на информацията.

Може би едно от най-художествените описания за възможността за манипулиране на резултатите на предприятието посредством отчитането на репутацията дават *Bauer, O'Brien* и *Saeed*, като казват, че „за мениджър, който има интерес да изкриви резултатите, красотата на репутацията е, че обосноваването на първоначалната ѝ стойност е

³³⁰ *Mazzi, F., Tsalavoutas, I., Liberatore, G. Insights on CFOs perceptions about IAS 36 reporting, June 2015, Available from: <http://www.researchgate.net/publication/263761613>, видяна на 13.12.2015.*

трудно и доказването на последващото ѝ обезценяване е почти невъзможно“.³³¹

За наличие на практики по управление на доходите свидетелства и изследването на Voјana Korošec, Mateja Jerman и Polona Tominc.³³² Констатациите са в две посоки: първо - установената система на възнаграждение на мениджмънта оказва влияние върху вероятността от признаване на обезценки на репутацията и второ – новоназначените мениджъри са по-склонни към признаване на загуби от обезценки за периоди, в които те не са ръководили предприятията, независимо, че това не се свързва пряко с лошо представяне на предишните управляващи. Тази форма на опортюнистично поведение сред ръководството е свързана с по-високи разходи и може да окаже влияние върху качеството на генерираните приходи. В този смисъл е и направеното заключение, че правилата, заложи в счетоводните стандарти, не са добре разработени и се нуждаят от преосмисляне с цел да се ограничи възможността за проявяване на субективизъм и опортюнистично поведение. Това ни дава основание да определим цитираното проучване като съществено, тъй като допринася за развитието на темата в сферата на счетоводния избор, извършван от големите компании от ЕС, отчитащи се по МСС/МСФО по време на финансова криза.

Както Jennings я определя в икономически смисъл „репутацията изразява конкурентните предимства, които се очаква да дадат възможност на компанията да генерира приходи над „нормалната“ възвръщаемост на инвестициите, или с други думи тя е израз на настоящата стойност на бъдещите „излишни“ (свръх) приходи“.³³³ На тази основа считаме, че от една страна нейната последваща обезценка може да се разглежда като реакция на способността (или неспособността) на мениджмънта за адекватно определяне на цената при една сделка по сливане и придобиване

³³¹ Bauer, A., O'Brien, P., Saeed, U., Reliability Makes Accounting Relevant: A Comment on the IASB Conceptual Framework Project (September 12, 2014). Accounting in Europe, Volume 11, Issue 2, pp. 211-217. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2497563>, видяна на 11.06.2017.

³³² Korošec, B., Jerman, M., Tominc, P. (2016) The impairment test of goodwill: an empirical analysis of incentives for earnings management in Italian publicly traded companies, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 29:1, pp.162-176.

³³³ Jennings, R., LeClere, M., & Thompson, R. B. Goodwill amortization and the usefulness of earnings. *Financial Analysts Journal*, 57(5), 2001, p. 20-28.

или за постигане на ефективна интеграция на придобития бизнес и реализиране на скритата синергия в резултат на сделката. От друга страна, не трябва да забравяме, че не е допустимо постоянното присъствие на репутацията във финансовите отчети и превръщането ѝ на практика в перманентен актив, тъй като тя губи част от характеристиките си, които ѝ придават стойност към момента на сделката. В търсене на баланс между тези две крайности, мениджмънтът на предприятията е изправен пред предизвикателството да спазва изискванията на счетоводните стандарти и при всяка достоверна индикация за намаляване на стойността на репутацията тя да бъде обезценявана, или да прилага различни финансови и счетоводни техники за „изкъпване“ на финансовите резултати и отлагане във времето на отчитането на обезценките.

По отношение на връзката между обезценката на репутацията и реакциите на капиталовите пазари заслужава внимание тезата на Hamberg, Paananen и Novak.³³⁴ Те считат, че при предходния режим на отчитане инвеститорите са гледали на стойността на репутацията като на предвидима величина, която е ирелевантна по отношение на оценката на ефективността на предишни инвестиции, тъй като размерът на амортизацията ѝ е независим по отношение на оценката на успеха на бизнескомбинацията и не дава адекватна информация на инвеститорите. Те приемат, че устойчивите стойности на репутацията при въведения нов режим на отчитане в МСФО 3 са силен индикатор за устойчиви оперативни парични потоци, а признатите загуби от обезценка – силен индикатор за бъдещи негативни тенденции в развитието. Тезата на авторите заслужава подкрепа и на практика изразява вижданията на IASB и FASB при въвеждането на новия режим за последващо отчитане на репутацията, но за съжаление в практиката не винаги резултатите от последващото отчитане са ангажирани с достатъчна степен на достоверност. Още повече, че в края на изследването самите автори посочват, че в значителна степен предприятия са възприемани по различен начин от инвеститорите в зависимост от признаването или непризнаването на обезценки на репутацията, което ги поставя в определена зависимост и възможности за влияние върху крайните резултати от проведените тестове.

³³⁴ Hamberg, M., Paananen, M., Novak, J., The Adoption of IFRS 3: The Effects of Managerial Discretion and Stock Market Reactions (December 3, 2009). *European Accounting Review*, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1517774>, видяна на 17.08.2017.

Във връзка с това следва да отбележим и виждането на Hamberg и Beisland, които осъществяват изследване дали увеличаването на степента на преценка на управляващите в предприятието по отношение на начисляването на репутацията влияе върху връзката между счетоводната информация и цените на акциите.³³⁵ Емпиричните резултати от проучването показват, че обезценката на положителната репутация е загубила значимост след преминаването от шведските национални стандарти към МСФО. Авторите считат, че ако управленските преценки се използват за оповестяване на частната информация относно бъдещите парични потоци към инвеститорите на придобития бизнес, то връзката между счетоводните данни и възвръщаемостта на акциите трябва да показва значително увеличение, а не намаление след приемането на МСФО 3.

Според Shatt, Doukakis, Bessieux и Walliser³³⁶ при сегашното счетоводно третиране ръководителите вероятно биха предпочели да отложат признаването на загуби от обезценка, за периоди, когато очакват, че възможностите за растеж могат да се подобрят в близко бъдеще. Те разглеждат възможността за възстановяване на загубите от обезценка като инструмент, който би могъл да подобри навременността на обезценката на репутацията, но споделят и нашето виждане, че подобно третиране би могло да доведе и до някои отрицателни ефекти.

Съществуват и автори, които считат, че възприемането на подхода за тестване на репутацията за обезценка без нейното ежегодно амортизиране е логическа стъпка в развитието на счетоводната концепция за репутацията. Като един от аргументите, които Ravlic посочва за премахване на амортизирането на линейна база е свързан с факта, че този метод за последващо отчитане не предоставя достатъчно адекватна информационна база на потребителите на финансовите отчети.³³⁷

Винаги сме отстоявали тезата, че придобитата репутация с течение на времето се заменя с вътрешно генерирана такава, резултат от съв-

³³⁵ Hamberg, M., Beisland, Leif-Atle, Taxation Changes in the value relevance of goodwill accounting following the adoption of IFRS 3, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 2014, V. 23, p. 59–73.

³³⁶ Schatt, A., Doukakis, L. C., Bessieux, C., Walliser, E., Do Goodwill Impairments by European Firms Provide Useful Information to Investors? (October 19, 2016). Forthcoming, *Accounting in Europe*. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2854647>, видяна на 05.09.2017.

³³⁷ Ravlic, T., Goodwill Hunting, *Australian CPA*, Vol.73, No 3, April, 2003, p.69-70.

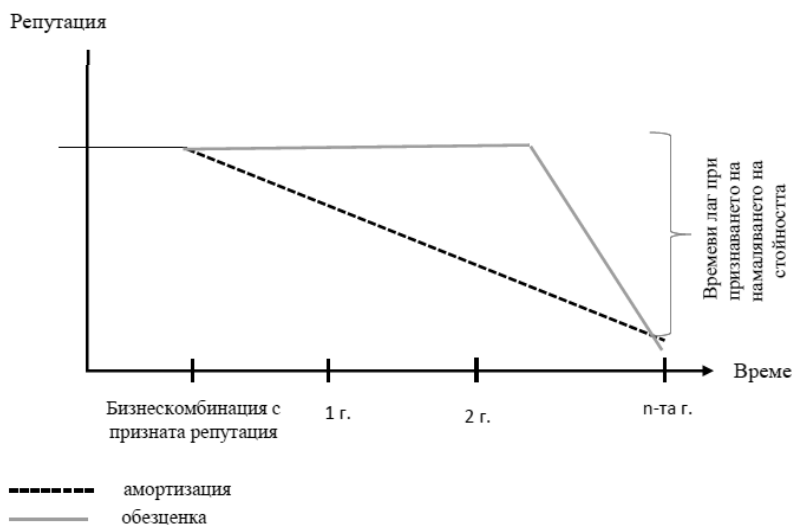
местното функциониране след сделката и реализиране на синергичния ефект от нея, което прави представянето ѝ във финансовите отчети прекалено дълго време като отделен разграничим актив некоректно. Ето защо не следва да бъде подценявана и ролята на вътрешно генерираната репутация, която не е обект на представяне във финансовите отчети на предприятията, но за чието съществуване все повече се говори при сравняването на пазарната цена с балансовата стойност на собствения капитал на публичните компании. Определено считаме, че независимо, че не е обект на признаване във финансовите отчети съгласно приложимите счетоводни стандарти, вътрешната репутация допринася за създаването на бъдещи парични потоци в предприятието. В такива случаи може стойността на репутацията да остане дълго време непроменена във финансовите отчети, което няма да отразява икономическата реалност. Подобно на нашето виждане споделят Glaum и др., като те считат, че е налице „концептуален проблем“, тъй като „придобитата репутация, която е разпределена към дадена ЕГПП се смесва с непризната вътрешно генерирана репутация, която се явява като „омекотител“ за признаване на бъдещи загуби от обезценка“ на придобитата репутация.³³⁸



Фиг. 6 – Влияние на вътрешно генерираната репутация при теста за обезценка

³³⁸ Glaum, Martin and Landsman, Wayne R. and Wyrwa, Sven, Determinants of Goodwill Impairment: International Evidence (May 20, 2015), p.8. // <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна на 10.10.2016.

Това ни дава основание да изразим виждането, че съществуващият модел за обезценка, който изисква тестване на репутацията чрез сравняването на балансовата стойност с възстановимата стойност на ниво ЕГПП, може да доведе до противоречие. В случаите, в които предприятието има генерирана вътрешна репутация, която поддържа стойността, може да не бъдат признати на време загубите от обезценка на репутацията именно поради ефектите, които има вътрешната репутация върху бъдещите парични потоци на предприятието, въпреки, че може в действителност ползите от придобитата в резултат на бизнескомбинации репутация да са намалели. По такъв начин непризнатите своевременно загуби от обезценки могат да доведат до изкривяване на финансовата информация за представянето на предприятието и да бъдат признати в бъдещи периоди със стойности, които могат да бъдат значителни по размер и непредвидими като период на признаване (фиг. 7).



Фиг. 7 – Времеви лаг при признаването на обезценката на репутацията

В контекста на теорията за асиметричност на информацията, обезценката на репутацията може да се приеме като сигнал за инвеститорите, че бъдещите парични потоци (или приходи) ще бъдат по-ниски от очакваните тогава, когато репутацията е била призната в баланса. Навременното разкриване на такива „лоши новини“ може да има отрицателни последици за мениджмънта (например: намаляване на бонуси-

те му или дори прекратяването на функциите на главен изпълнителен директор и др.) и следователно може да обясни защо мениджърите се опитват да избегнат навременното обезценяване на репутацията, което води до възникването на времеви лаг.

В същото време считаме, че правото на преценка следва да се разглежда като неотменим аспект на счетоводството, и именно по степента на преценка, която се дава на управлението на предприятието, се различават и отделните счетоводните законодателства. Така например възприетият подход за обезценка дава на мениджърите повече свобода на преценките отколкото те имаха, прилагайки подхода за амортизиране на репутацията за определен брой години. Не следва да се разглежда като правило и да се възприема като норма, че преценката задължително ще навреди на полезността на счетоводната информация. По принцип свободата на действие позволява на мениджърите да сигнализират (оповестят) определена частна информация на инвеститорите и по този начин да се подобри информационната стойност на финансовите отчети на предприятието, но в много от случаите това просто си остава в „бъдеще пожелателно време“.

Изложените до тук критики към модела за последващо оценяване на репутацията, както и посочените аргументи в негова подкрепа могат да бъдат сполучливо обобщени посредством използването на инструментариума на SWOT анализа. Без да претендираме за абсолютна изчерпателност по отношение на провеждането на анализа ще използваме SWOT матрицата за онагледяване на посочените от нас аргументи.

SWOT анализ на съществуващия модел за последващо отчитане на репутацията според МСС 36

S (силни страни)	W (слаби страни)
<ul style="list-style-type: none"> - обвързан с развитието на предприятието - осигурява по-уместна информация - споделяне на частна информация от страна на мениджмънта - помага на инвеститорите за оценка на минали инвестиционни решения 	<ul style="list-style-type: none"> - сложност при реализацията - трудоемкост - висока цена за реализиране - високо ниво на субективизъм при осъществяване на тестовете - трудности при верифициране на резултатите от трети страни - инвеститорите не обичат „лошите новини“

О (възможности)	Т (опасности)
<ul style="list-style-type: none"> - по-добро разкриване на информация относно парични потоци, растеж и т.н. - осигурява информация за сравнителен анализ между предприятията и техните стратегии за развитие - наличие на повече информация в оповестителните бележки при добросъвестно прилагане 	<ul style="list-style-type: none"> - възможности за опортюнистични поведение на мениджмънта - възможност за манипулиране на ключовите променливи в теста (Earnings management) - субективно разпределяне на репутацията към ЕГПП - възможно отлагане на обезценката и използване на различни техники за защита от признаване - разкриване на чувствителна конкурентна информация за бизнеса - оповестяване на недостатъчна информация в бележките към ФО - „шаблонно“ изпълнение на изискванията на стандарта

Фиг.8 – SWOT анализ на съществуващия модел за последващо отчитане на репутацията

Както е известно, целта на всеки SWOT анализ е разкриването на силните и слабите страни, възможностите и опасностите по отношение на анализирания обект, процес и т.н. Всъщност използването на елементите на SWOT анализа не е самоцел, а е предпоставка за предприемането на следващата стъпка – планирането. В конкретния случай, резултатите от проведения анализ могат да послужат както на съставителите на счетоводни стандарти, така и на регулаторни, контролни органи, инвеститори и др. потребители на информация от финансовите отчети при формулиране на техните бъдещи стратегии за действие. Ето защо считаме, че посочените елементи в четирите дименсии на SWOT анализа на съществуващата регламентация на репутацията в МСС 36 следва да бъдат обект на допълнително обстойно проучване и метрификация с цел да бъдат полезна отправна точка при изготвянето на бъдещи промени в счетоводните правила.

1.2.5. Проблеми и тенденции при амортизирането на репутацията и тестването ѝ за обезценка.

Наличието на значителен брой критични изследвания, както и обобщените виждания на представители на бизнеса, инвеститорите и останалите потребители на информацията от финансовите отчети

поставят на дневен ред въпроса относно уместността на използването на метода за обезценка на репутацията като единствено възможна концепция за последващото ѝ оценяване. Част от опасенията на заинтересованите страни, както вече беше посочено, са мотивирани от сложността на теста и субективността на предположенията, използвани в тестовете за обезценка на репутацията, отлагането във времето на признаването на обезценките и отдалечаването им от реалната икономическа обезценка, разходите за реализиране на тестовете за обезценка и др. като посочват, че „продължава да има известен оптимизъм при определяне параметрите на теста за обезценка“.³³⁹

В съвместното изследване на EFRAG (European Financial Advisory Group), ASBJ (Accounting Standards Board of Japan) и OIC (Organismo Italiano di Contabilità), озаглавена „Трябва ли репутацията да не бъде амортизирана все още?“³⁴⁰ авторите обобщават опита както на представените от тях организации, така и резултатите от проведени от тях анкетни проучвания и кръгла маса по темата. Според проучването, извършено от EFRAG и OIC, най-често срещаните критики по отношение на прилагането единствено на модела на обезценката на репутацията води до информация, която е твърде несигурна, съдържа висока степен на риск, значителна степен на преценка по отношение на ключови допускания при теста и субективност по отношение на определянето на параметрите му и обикновено имат забавено проявление във времето. Значителна част от отговорилите посочват, че заложените в МСС 36 изисквания за извършване на теста за обезценка са твърде комплексни, изискват значителни познания не само по счетоводство, но и в други области, и тяхното реализиране не е никак евтино, а получените отговори от одиторите показват, че значителна част от тях срещат затруднения при преценките, които трябва да извършат относно достоверността и адекватността на допусканията на мениджмънта при определяне на ключовите параметри на теста за обезценка, тъй като одиторите, за разлика от мениджърите, са външни за предприятието и в много случаи нямат същата информация за бизнеса, за плановете и прогнозите за неговото развитие, както управителите.

³³⁹ ESMA Report European enforcers review of impairment of goodwill and other intangible assets in the IFRS financial statements, January 2013, ESMA/2013/2, p.5.

³⁴⁰ Should Goodwill Still Not Be Amortised? Accounting And Disclosure For Goodwill. EFRAG, ASBJ, OIC, July, 2014.

Посочените констатации намират потвърждение и в изследването, което е извършено от Японския борд за счетоводни стандарти (ASBJ).³⁴¹ Според резултатите най-съществената характеристика на подхода на обезценката е, че той „не представя по подходящ начин икономическата същност на придобитата репутация, основно защото придобитата репутация ще бъде намалява и ще бъде заменена с вътрешно генерирана репутация във времето, а липсата на амортизация не отразява коректно съотношението между разходите и приходите в следващите периоди“.³⁴²

Търсенето на подход за решаване на създалата се ситуация следва да бъде подчинено в значителна степен на начина, по който последващите оценки се възприемат от пазарите, т.е. чрез изследване на реакцията на капиталовите пазари по отношение на признатите счетоводни обезценки на репутацията. В тази област не липсват изследвания, които в повечето случаи показват негативна реакция на пазара към оповестяването на обезценки на репутацията. До подобен извод стигат Knauer и Wöhrmann³⁴³, които изследват връзката между обезценката на репутацията и реакцията на капиталовите пазари в извадка от 564 оповестени обезценки за периода 2005 – 2009 г. Те откриват, че е налице негативна пазарна реакция по отношение на съобщения за неочаквано отписване на положителна репутация. Резултатите показват, че съобщенията за неочаквано намаление на стойността на репутацията предоставят нов тип информация, на базата на която инвеститорите да променят очакванията си в негативна посока. Установява се, че пазарната реакция се свързва с мениджърските обяснения на решението за отписване и зависи от това доколко тези обяснения могат да бъдат проверени. Инвеститорите са склонни да реагират по-негативно, когато се дават непроверими вътрешни обяснения и по-малко негативно, когато предоставените обяснения са проверими.

В свое изследване Hulzen и др.³⁴⁴ сравняват степента на целесъобразност и актуалност (навременност) на финансовата информация

³⁴¹ Цит. по Should Goodwill Still Not Be Amortised? Accounting And Disclosure For Goodwill. EFRAG, ASBJ, OIC, July, 2014, p.15.

³⁴² Пак там, с. 15.

³⁴³ Knauer, T., Wöhrmann, A., Market Reaction to Goodwill Impairments, European Accounting Review, 2015. DOI: 10.1080/09638180.2015.1042888, видяна на 15.06.2016.

³⁴⁴ Hulzen, P.V., Alfonso, L., Georgakopoulos, G. and Sotiropoulos, I., Amortisation versus impairment of goodwill and accounting quality. International Journal of Economic Sciences And Applied Research, 2011, 4(3), pp. 93-118..

относно репутацията при прилагане на подхода за амортизация и обезценка и подхода само за обезценка на репутацията, като се използват данни от над 300 годишни финансови отчети на европейски компании за периода 2001–2004 г. и 2005 – 2009 година. Изборът на два периода е продиктуван от желанието на авторите да изследват влиянието на двата подхода за последващо оценяване на репутацията. Резултатите са формулирани в две направления: 1) стойностното съответствие на размера на репутацията при прилагането на двата подхода и 2) съвременността на признатите амортизационни разходи и разходи за обезценка на репутацията при прилагането на двата подхода. По отношение на първото направление е направен извода, че „амортизационните разходи отразяват много по-релевантно стойността на репутацията, отколкото разходите за обезценка“ при прилагане на модела за обезценка на репутацията. Според изследването „това показва, че инвеститорите възприемат амортизационните отчисления като по-уместни от информационна гл.т. при вземането на инвестиционни решения“.³⁴⁵

В същото време Chambers³⁴⁶ счита, че годишното тестване за обезценка може да подобри стойностното съответствие на репутацията в отчетите на големите компании, но не е подходящо за прилагане от по-малки предприятия. Освен това онези законодателства, които разрешават смесеното прилагане на двата подхода – систематична амортизация + годишен тест за обезценка – според автора разкриват много по-уместни стойности на репутацията във финансовите си отчети. Наличието на тези смесени резултати дава основание на Hulzen и др. да обобщят, че разходите за обезценка на репутацията не са по-уместни от разходите за амортизации, като в значителна степен това се обяснява с обстоятелството, че моделът на обезценката е подчинен на използването на справедливите стойности. От една страна, справедливите стойности представят по-адекватно конкретните икономически факти и събития от дейността, но също така може да се счита, че те са по-трудни за разгадаване и интерпретиране от инвеститорите поради наличието на определена степен на субективност при определянето им.

По отношение на съвременността на признатите загуби от обез-

³⁴⁵ Пак там, с. 94-95.

³⁴⁶ Chambers, D., Has Goodwill Accounting under SFAS 142 Improved Financial Reporting? Working paper, 2007.

ценка на репутацията е показателно изследването на Li и Sloan със заглавие “Стана ли отчитането на репутацията по-лошо?”³⁴⁷ То обхваща значителен времеви период от 1996 до 2011 година в САЩ, поради което е едно от най-цитираните в конкретната област. Проучването показва, че въвеждането на SFAS 142 в САЩ е довело до забавяне на признаването на загуби от обезценка на репутацията с около две до три години. Авторите изразяват мнение, че на практика мениджърите са използвали по-голямата свобода на действие, дадена им съгласно SFAS 142, за забавяне на признаването на загубите от обезценка на репутацията, което е довело до надценяване на положителната репутация и доходите. От друга страна инвеститорите имат формирани определени очаквания при прилагане на подхода за амортизиране на репутацията, и повишаването на стойността на репутацията поради непризнаването на време на обезценките може да подведе инвеститорите относно функционирането на предприятието. Като цяло изводът от това проучване е, че подходът на амортизация и обезценка е довел до балансови стойности на репутацията, които отразяват по-добре основните й икономически характеристики отколкото след неговата промяна.

За забавяне в признаването на обезценките на репутацията свидетелстват и данните от изследването на Найн и Hughes.³⁴⁸ Те посочват, че съществува времеви лаг от 3-4 години между настъпването на обстоятелствата за икономическа обезценка на репутацията и признаването на тази обезценка във финансовите отчети. Нещо повече – за 1/3 от изучаваната извадка този период може да достигне до 10 години.

В дебатите относно последващото оценяване на репутацията освен възприемането ѝ от пазара следва да бъде отчетен начинът, по който инвеститорите оценяват присъствието ѝ във финансовите отчети на предприятията. Според Vincent³⁴⁹ репутацията е нормално да присъства във финансовите отчети до 5 години след придобиването, тъй като

³⁴⁷ Li, K., Sloan, R., Has Goodwill Accounting Gone Bad? (January 23, 2017). Review of Accounting Studies, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1466271>, видяна на 01.04.2017.

³⁴⁸ Найн, С., Hughes, P.J., Leading Indicators of Goodwill Impairment, Journal of Accounting, Auditing and Finance, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=850705>, видяна на 05.03.2017.

³⁴⁹ Цит по Wyatt, A., Цит. съч., с. 66.

след този период тя губи своята стойност. Според друго изследване на Bugeja и Gallery³⁵⁰ инвеститорите възприемат в своите анализи единствено репутацията, придобита през последните 2 години. Те считат, че присъствието на репутацията във финансовите отчети за по-дълъг период не предоставя уместна информация на инвеститорите, тъй като тя вече е загубила както своята икономическа, така и информационната си стойност за потребителите. Една от най-важните констатации, която формулират авторите, е за липсата на значителна връзка между пазарната стойност на собствения капитал и положителната репутация, придобита преди две или повече години. Това предполага, че „по-старата“ репутация не се възприема като актив, който може да носи икономическа изгода, от страна на инвеститорите.

Вече отбелязахме изследването на Jennings и др.³⁵¹, според което репутацията е възприемана от инвеститорите като актив, който има своята стойност за предприятието. Това изследване ни дава и един много важен аргумент – че стойността на този актив намалява във времето. Определено не може да се твърди, че това намаление е равномерно, но е факт, че придобитата репутация губи част от своята стойност и това се дължи на факта, че придобитите нематериални преимущества с течение на времето започват да се асоциират с новия бизнес след придобиването, т.е. придобитата репутация се заменя с вътрешно генерирана такава в резултат от съвместните усилия след бизнескомбинацията.

От посочените анализи ясно можем да обобщим, че желанието на БМСС да подобри отчитането на репутацията и качеството на финансовото отчитане като премахне изискването за ежегодното ѝ амортизиране, не се реализира според очакванията. Търсейки начин да бъдат минимизирани трудностите при определянето на подходящ полезен живот на репутацията и невъзможността, според БМСС и различни автори, чрез амортизацията да се отразят напълно икономическите ре-

³⁵⁰ Bugeja, M., Gallery, N., Does the value relevance of purchased goodwill differ by 'age'? The University of NSW, School of Accounting, Research seminar session 1, 2003. Available from: http://wwwdocs.fce.unsw.edu.au/accounting/news/seminars2003_s1/paper6.pdf, видяна на 05.05.2017.

³⁵¹ Jennings, R., Robinson, J., Thompson, R. B., Duvall, L., The relation between accounting good will numbers and equity values. *Journal of Business Finance and Accounting*, 1996, 23(4), pp.513-533.

алности, доведоха до въвеждането на изискване за ежегодното тестване за обезценка на репутацията като единствен възможен подход за последващото ѝ оценяване. Практическото прилагане на новите изисквания се сблъска с различни трудности, които поставиха под съмнение уместността и надеждността на провежданите тестове за обезценка.

Извършеният от нас преглед на значимите изследвания в областта и направените констатации ни карат все повече да споделяме виждането, че „тестовите за обезценка в някои случаи са опорочени, тъй като те предлагат на ръководителите и съставителите възможност да упражнят право на преценка в ущърб на прозрачността, съпоставимостта и полезността на информацията”.³⁵² При така заложените изисквания в приложимите стандарти тестът за обезценка изглежда сложно и продължително упражнение по финансова математика с резултат, който лесно може да бъде манипулиран. Това от своя страна налага преосмисляне на заложената методика за тестване на репутацията в приложимите счетоводни стандарти, при което да се акцентира върху икономическата същност и характера на придобития актив, а не той да се приема просто като разлика между две величини. Водени от разбирането, че репутацията няма и не може да има самостоятелно съществуване, много трудно може да отделим стойността ѝ от стойността на бизнеса и най-важното - тя е израз на счетоводно неуловимите предимства на бизнеса. Считаме, че независимо от въвеждането на изискване за идентифициране на обекта, който е носител на репутацията още в момента на сделката, след сделката онова, за което всъщност е платено в повече не е предмет на теста за обезценка. Затова тестването за обезценка следва да се извърши именно спрямо този носител на репутацията, което пък е твърде трудно и сложно, тъй като най-често се касае за качествени характеристики, които са трудни за метрифициране.

Тъй като сегашният модел за тестване за обезценка има икономически изместващ характер, както посочихме в предходния параграф, рискът от обезценка на репутацията може да бъде оценен неправилно в различните фази от икономическия цикъл на развитие – да бъде подценен по време на икономически подем или да бъде надценен по

³⁵² Carlin, T. M. and Finch, N., Evidence on IFRS Goodwill Impairment Testing by Australian and New Zealand Firms, Working paper: <http://ssrn.com/abstract=1550425>, видян на 10.04.2015 г.

време на икономическа рецесия. Тази констатация се потвърждава и в анализа на Shinhan Financial Group, които съответно установяват, че „обезценяването на репутацията разширява волатилността на доходите в съпричастност към икономическия цикъл“.³⁵³ Ето защо, проблемът с отлагането на обезценките и възможността за признаване на значителни загуби от обезценка наведнъж, може да доведе до намаляване на сравнимостта на резултатите от дейността, което допълнително се намалява в периодите на икономическа рецесия, като се добавят тези значителни загуби от обезценка. Затова всички потенциални решения следва да бъдат насочени към смекчаване на икономически адаптивния характер на текущия тестов модел за обезценка. Обективният анализ на изложеното до тук може би налага преосмисляне на цялата концепция за тестването на репутацията за обезценка и нейната промяна, както е посочено и в цитираното изследване на изследователската група от EFRAG, ASBJ и OIC³⁵⁴. В резултат на своето изследване от Shinhan Financial Group формулират и предложение за въвеждането на допълнителна амортизация на репутацията, различна от обезценката и прилагането на смесения подход за последващо оценяване.

Не на последно място трябва да отбележим, че включването в посочено изследване на японския борд за счетоводни стандарти не е случайно. Япония е страна с традиции при прилагането на модела за амортизиране при последващото отчитане на репутацията. Редица японски учени са публикували множество научни изследвания за мястото, ролята и значението на репутацията като счетоводна категория, което в комбинация с развитието на азиатските финансови пазари (фондовите борса в Токио, Хонг-Конг, Малайзия и др.), придава на заключенията им съществена стойност. Така например, японските учени Yamaji и Miki провеждат изследване относно значението и влиянието на репутацията и амортизирането ѝ върху пазарните стойности на предприятията. Най-важните заключения се свеждат до: 1) „установената

³⁵³ Proposal of Alternatives for Goodwill Accounting, Issue Paper, Shinhan Financial Group, p. 10.

³⁵⁴ Should Goodwill Still Not Be Amortised? Accounting and Disclosure for Goodwill, Accounting Standard Board of Japan (ASBJ), European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) and the Italian Standard Setter, the Organismo Italiano di Contabilità (OIC), July, 2014.

съществена позитивна връзка между стойността на репутацията и пазарните стойности на акциите на предприятията“ и 2) „амортизацията на репутацията (положителната) дава на инвеститорите допълнителна информация при определяне на пазарните цени“.³⁵⁵

Изложените от нас мотиви ни дават основание да считаме, че бъдещите решения за развитието на нормативното регламентиране на последващото оценяване на репутацията следва да бъдат насочени към преодоляване на слабостите на съществуващия режим и повишаване на доверието на инвеститорите в информацията, която се оповестява по отношение на репутацията. Chambers³⁵⁶ например, предлага модел за последваща оценка на репутацията, който се основава на либерален избор от страна на предприятията, при който се въвежда едновременно годишно амортизиране на репутацията и тестване за обезценка *или изграждане на техен собствен модел за счетоводно третиране, съобразен с характеристиките на предприятието (курсивът мой – Ат. Ат.)*, което да повиши качеството на генерираната финансова информация. Подобна теза за въвеждането на метод, който да отчита индивидуалните характеристики на предприятието, изглежда може би разумна, но считаме, че крие сериозни опасности от гл.т. на сравнителните качества на информацията, която ще бъде генерирана от отделните предприятия. Индивидуализирането на модела за последващо отчитане може да бъде направено и при прилагането на обезценката и/или амортизацията на репутацията, тъй като при определяне на ключовите параметри за провеждането им предприятието фактически използва специфични за него показатели и допускания на мениджмънта му.

Това изследване, заедно с констатациите на Laghi и др.³⁵⁷, че „загубите от обезценка могат да бъдат признати твърде късно или в твърде

³⁵⁵ Yamaji, N., Miki, J., The Value Relevance of Goodwill and Goodwill Amortization: Evidence from Listed Japanese Companies, Business & Accounting Review(7), 2011-03-30, pp. 28-29., Available from: <http://jairo.nii.ac.jp/0029/00005204/en>, видяна на 01.06.2017.

³⁵⁶ Chambers, D.J., Has Goodwill Accounting Under SFAS 142 Improved Financial Reporting?, April 2007, Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=953649>, видяна на 20.03.2017.

³⁵⁷ Laghi, E., Mattei, M., Marcantonito, M., Assessing the value relevance of goodwill impairment considering country-specific factors: Evidence from EU listed companies, International Journal of Economics and Finance, 2013, Vol.5, № 7, pp.32-49.

малки размери“, определено налагат преосмисляне на съществуващия модел за последващо отчитане на репутацията. На този фон от особена важност считаме, че са постигнатите изводи от EFRAG, ASBJ и OIC, които в резултат на анализа си стигат до заключението, че повторно-то въвеждане на модела за амортизиране на репутацията би било подходящо, защото то в разумна степен отразява потреблението на един икономически ресурс, придобит в бизнескомбинацията с течение на времето, и може да се прилага по начин, който постига адекватно ниво на верифицируемост и надеждност (*курсивът мой – Ам. Ам.*). Подобно предложение за промяна и връщане на амортизирането като модел за последващо отчитане откриваме и в изданието през 2014 г. от KPMG бюлетин „Кой се интересува от обезценката на репутацията ?“.³⁵⁸ Аргументите на одиторската компания са продиктувани както от собствени наблюдения, така и в резултат на интервюта със заинтересовани страни, които заявяват, че „нивото на субективност при тестването на репутацията за обезценка ограничава ефективността на тестовете“.³⁵⁹

В същото време, още в периода 1996 – 2000 г., т.е. преди отмяната на амортизирането на репутацията, Henning и др.³⁶⁰, декомпозирайки стойността на репутацията на четири отделни компонента, разкриват, че съществува значима и положителна връзка между репутацията, изразена под формата на синергии и стойност на действащо предприятие, и пазарните оценки на компанията. Именно тези два компонента според авторите са в основата на „същинската репутация“ и на тях инвеститорите отдават най-съществено значение при оценката на придобиваното предприятие, което пък е подкрепа за нашата теза, която вече изразихме, че репутацията не следва да бъде разглеждана единствено като разлика между платената цена и стойността на придобитите нетни активи (остатъчен подход), а като израз на счетоводно неуловимата (скритата) стойност на придобиваното предприятие. Това на свой ред означава, че или следва да бъде възприето амортизирането на репутацията като приложим способ за последващото ѝ оценяване с цел да се премахнат

³⁵⁸ Who cares about goodwill impairment? A collection of stakeholder views, April 2014, KPMG.

³⁵⁹ Пак там, с. 3.

³⁶⁰ Henning S., Lewis, B, Shaw, W., Valuation of the Components of Purchased Goodwill, Journal of Accounting Research, 2000, Vol. 38, No. 2, pp. 375 – 386.

съществуващите несъответствия, породени от прилагането на модела на обезценката, или за да успее тестът за обезценка да изпълни своята „мисия“ в търсенето на актуалната балансова стойност на репутацията, следва изискванията към неговото изпълнение да бъдат прецизирани.

В това отношение могат да бъдат възприети следните мерки, които са изцяло продиктувани от установените слабости на провежданите тестове в сегашния им вид:

а) в съответствие с посоченото от нас да се търси **връзката между мотивите за платената цена и теста за обезценка**. Това означава, че тестът за обезценка следва да отчита в максимално възможна степен „обекта“ на генерираната репутация, тъй като към датата на бизнес-комбинацията нещо е мотивирало придобиващия да плати повече от стойността на нетните активи и ако това „нещо“ може да бъде измерено и оценено, именно то следва да бъде обект на тестване за обезценка. За съжаление доста често в този случай тестът за обезценка би имал качествен характер. Така например при идентифициране на отлични пазарни позиции, измерени като дял от пазара, брой клиенти и т.н., които стоят в основата на репутацията, промяната в тези позиции следва да бъде обект на тестване за обезценка. Ако обаче в качеството на основен фактор за сделката е персоналът на придобиваното предприятие, то тогава тестът наистина ще има изцяло качествен характер, което пък отново ще даде възможност на мениджмънта да го манипулира в случай, че има изгода от това.

б) разработване на **модел за тестване на репутацията, който да елиминира вътрешно генерираната репутация**. Подобна идея е изложена и в посоченото изследване на EFRAG, ASBJ и OIC. Те разглеждат вариант, според който МСС 36 би могъл да бъде изменен така, че да се изисква преоценка на възстановимата стойност въз основа на условията, съществуващи към датата на придобиване, без да се отчитат последващите промени в придобития бизнес. Този подход, както отбелязват и авторите, би изисквал ефективно изчисляване на бъдещите парични потоци за една теоретична ЕГПП. Освен това такъв подход, ако е приложим, би наложил значителни допълнителни разходи за съставителите на отчетите, тъй като за целите на теста за обезценка следва да бъдат генерирани т.нар. „про-форма данни“, които не могат да бъдат извлечени от вътрешните бюджети и прогнози, използвани

за целите на управлението. Това според нас би оскъпило и утежило допълнително теста и както отбелязва самата изследователска група - такова решение е невъзможно. Изследователската група е на мнение, че „подобряването на модела за тестване за обезценка без въвеждане на амортизация не може в никакъв случай да реши проблема, свързан с признаването на вътрешно генерирана репутация“.³⁶¹

в) Ако се запази сегашното регламентиране на последващото отчитане на репутацията то задължително следва да се търсят начини за намаляване на степента на субективизъм при провеждането на теста за обезценка. Тъй като субективизмът се проявява главно чрез преценките от страна на управлението на предприятията, считаме, че тази мярка би могла да бъде постигната, ако се намалят възможностите за преценки, които мениджмънта има в хода на реализирането на теста за обезценка основно в две направления:

- по отношение на използваните допускания при определяне на възстановимата стойност на ЕГПП и

- по отношение на дефинирането на ЕГПП, към която да се разпредели репутацията.

Тези два аспекта всъщност са неразривно свързани, тъй като неточното определяне на обхвата на ЕГПП ще доведе и до неточност при определянето на възстановимата ѝ стойност и при признаването или непризнаването на загуби от обезценка. В това отношение приложимият МСС 36 съдържа определени насоки, според които ЕГПП не следва да бъде с по-голям обхват от оперативния сегмент, определен по ред на МСФО 8 – *Отчитане по сегменти*. Счетоводната практика, обаче показва, че доста често не се посочва ЕГПП, към която е разпределена репутацията или се посочва само една ЕГПП, която в случая е цялото предприятие и т.н. Това се потвърждава от изследването на Tsalavoutas, André и Dionysiou³⁶², обхващащо финансовите отчети на 495 предприятия, което показва, че при 71,6% от предприятията репутацията е разпределена между 6 или по-малко ЕГПП, но забележително е, че 10,5% от предприятията посочват, че репутацията е разпределена към една

³⁶¹ EFRAG, ASBJ и OIC, Цит. съч., р. 35.

³⁶² Tsalavoutas, I., André, P., Dionysiou, D., Worldwide application of IFRS 3, IAS 38 and IAS 36, related disclosures, and determinants of non-compliance, ACCA RESEARCH REPORT 134, Certified Accountants Educational Trust (London), 2014, р. 36.

единствена ЕГПП, която обаче съдържа значителна по размер репутация. В нашата практика също се наблюдават подобни случаи, при които ЕГПП се определя твърде общо за целите на теста за обезценка или пък изобщо не е оповестена такава.³⁶³ Освен това резултатите, от изследването на EFRAG, ASBJ и ОИС в значителна степен показват, че по-често използван метод за определяне на възстановимата стойност е метода „стойност в употреба“.³⁶⁴ Емпирични доказателства за това откриваме и в цитираното изследване на Tsalavoutas, André и Dionysiou³⁶⁵, според което 7,1% от всички 495 предприятия изобщо не оповестяват използвания метод за оценка, а 77,6% (384 предприятия) използват метода „стойност в употреба“. Този избор според изследователската група е обоснован от трудностите при използването на метода „пазарна цена, намалена с разходите по реализацията“ се изисква изчисляването на пазарната стойност на ЕГПП, което е доста трудно. Приемаме, че този аргумент има своето място, когато става въпрос за непублични компании, но по отношение на публичните считаме, че е просто оправдание в ръцете на мениджмънта. Тази наша теза е базирана на обстоятелството, че значителна част от предприятията определят само една ЕГПП, която е на ниво предприятие, и определянето на нейната пазарна стойност е не само възможно, но и определено по-лесно и по-прозрачно, тъй като е базирано на публична информация за броя и пазарната стойност на акциите на предприятието. Тези обстоятелства ни дават основание да считаме, че управляващите търсят оправдание, за да не използват метода „пазарна цена, намалена с разходите по реализацията“, тъй като алтернативният метод предлага повече възможности за повлияване върху крайния резултат посредством допусканията, които се правят при изчисляването на стойността в употреба чрез използването основно на модела на дисконтираните парични потоци и др.

г) въвеждане на изискване за ежегодното амортизиране на репутацията за избран период между 5 и 10 години, като от предприятието се

³⁶³ Подробности виж в емпиричното изследване в Глава 3 и Атанасов, Ат., Репутацията във финансовите отчети на българските мобилни оператори - проблеми и поуки, Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения, изд. Наука и икономика, Варна, т.4, 2015, с. 192-206.

³⁶⁴ EFRAG, ASBJ и ОИС, Цит. съч., р. 37.

³⁶⁵ Tsalavoutas, I., André, P., Dionysiou, D., Цит. съч., с. 36.

изиска да оповести базата при определяне на полезния срок на репутацията. Като такава може да служи предполагаемия полезен срок на активите, които са придобити в резултат на бизнескомбинацията, определен от придобиващото предприятие. Подобно решение е в унисон и с цитираните от нас изследвания, според които икономическите изгоди от придобитата репутация се реализират в период от 5 -7 години, след което тя се заменя с вътрешно генерирана репутация в резултат от осъществяването на съвместния бизнес.

След обстойно проучване на съществуващите становища „за“ и „против“ двата основни подхода за последващо отчитане на репутацията, считаме, че аргументите в полза на амортизирането на репутацията могат да бъдат резюмирани по следния начин:

- ❖ Предположенията, използвани в теста за обезценка, са прекалено комплексни и трудни за анализ. Те не дават достатъчна яснота на потребителите на финансова информация при извършването на бъдещи прогнози.
- ❖ Извършването на теста за обезценка обикновено е свързано с извършването на значителни разходи, които не винаги са оправдани.
- ❖ Загубите от обезценка се отразяват в цената на акциите до момента, в който са отчетени, като по този начин пазарът пренебрегва резултатите от тестовете за обезценка.
- ❖ Определянето на полезния живот на репутацията е възможно и не е по-трудно от оценката на полезния живот на други нематериални активи.
- ❖ Субективността, свързана с тестовете за обезценка компрометираща резултатите и ограничава тяхната ефективност.
- ❖ Амортизирането на репутацията би намалило варирането на финансовите резултати в сравнение с модела на обезценка, което създава устойчивост и предвидимост от гл.т. на крайните потребители.
- ❖ Амортизирането на репутация ще подобри сравнимостта между компаниите, които растат органично (без придобивания), и компаниите, които растат чрез придобивания, тъй като липсата на амортизация на репутацията дискриминира компаниите, които растат органично.

- ❖ Репутацията, придобита в бизнес комбинация, се поддържа и замества от вътрешно генерирана репутация с течение на времето.
- ❖ Много компании считат, че размерът на оповестяванията, свързани с обезценката, е прекалено голям. Но този възглед се противопоставя на анализатори, които биха подкрепили по-голямо разкриване.

В заключение може да обобщим, че обективният анализ на изложеното от нас налага извода, че прекалено сложните процедури, залегнали в приложимите счетоводни стандарти, понякога се явяват основен фактор предприятията да ги избягват чрез прилагане на различни техники, което в крайна сметка води до манипулиране или недостатъчна степен на разкриване на необходимата полезна информация. Ето защо споделяме виждането, че е необходима промяна на режима на отчитане на репутацията и въвеждане на т.нар. смесен режим, при който репутацията се амортизира за определен максимален период от време в комбинация с изискването за тестване за обезценка при наличие на индикации за намаляване на стойността ѝ.

2. Оповестяване на репутацията във финансовите отчети на предприятията.

Според Gibbins, Richardson and Waterhouse³⁶⁶ корпоративното оповестяване може да се определи като всяко съзнателно предоставяне на финансова (и нефинансова) информация, независимо дали е числена или качествена, изисквана или доброволна, чрез официални или неформални канали. Освен това, оповестяванията могат да бъдат разделени в две големи категории - задължителни и доброволни оповестявания. Задължителното оповестяване представлява информация, разкрита при изпълнението на изискванията за оповестяване, регламентирано под формата на закони, професионални подзаконови актове, под формата на стандарти, правила за публичните компании, регистрирани на фондовите борси, изисквания на различни регулаторни органи и т.н. Доброволното

³⁶⁶ Gibbins, M., Richardson, A., & Waterhouse, J., The Management of Corporate Financial Disclosure: Opportunism, Ritualism, Policies, and Processes, *Journal of Accounting Research*, 28(1), 1990, pp. 121-143.

оповестяване се свързва с публикуването на всяка информация, разкрита извън задължителната за оповестяване. Също така, доброволното оповестяване може да включва оповестяване, препоръчано от авторитетен орган, рейтингова агенция, надзорен орган и т.н.

От тази гл.т. оповестяванията във финансовите отчети, изисквани от приложимите счетоводни стандарти, могат да бъдат определени като задължителни, разкриващи основно финансова, но и в определени случаи нефинансова информация. Именно тази нефинансова информация и връзките ѝ с оповестената финансова информация стоят в основата на т.нар. интегрирано отчитане, чрез което следва да се постигне цялостно и пълно характеризиране на бизнеса и описание на начините, по които той създава стойност. Самите счетоводни стандарти акцентират на изискванията за оповестяване на информация за отделните обекти, представени във финансовия отчет, като целта е да се повиши информационната осигуреност на ползвателите на отчетите, които посредством разкритата информация могат да вземат обосновани решения. В значителна степен информация може да бъде разкрита (оповестена) и в годишния доклад за дейността, което би направило още по-полезна тази информация за потребителите при вземането на решения. Когато говорим за оповестяване на финансова информация, следва да отчитаме наличието на различен тип интереси от страна на заинтересованите лица, които влизат в контакт или са повлияни от разкриването на информация относно конкретни елементи във финансовите отчети - мениджъри, счетоводни фирми, одитори, финансови анализатори, кредитори, инвеститори и т.н. Всички тези участници могат да имат различно отношение и изисквания относно начина и полезността на всеки елемент на оповестяване в зависимост от интересите им.

В изследването си за значението на оповестяванията Johansen и Plenborg³⁶⁷ заключават, че именно описателните бележки, свързани с обезценките, заедно с тези относно бизнескомбинациите и финансови инструменти, са най-силно търсените от потребителите, но те също са и сред най-скъпите за изготвяне. В същото време нивото на удовлетво-

³⁶⁷ Johansen, T.R., Plenborg, T. Prioritising disclosures in the annual report. *Accounting and Business Research*, 2013, 43 (6), pp. 605-635, Available from: https://www.researchgate.net/publication/259620944_Prioritising_Disclosures_in_the_Annual_Report, видяна на 10.05.2017.

реност на потребителите от информацията е ниско.

Всичко това ни мотивира да анализираме изискванията за оповестяване по отношение на репутацията, заложен в приложимите стандарти, както и връзката им с качествените характеристики на финансовите отчети, като предложим вариант за измерване на нивото на съответствие и оповестяване.

2.1. Изисквания за оповестяване, заложен в приложимите национални и международни стандарти.

На база на съществуващите правила, заложен в приложимите счетоводни стандарти, може да разделим изискванията по отношение на оповестяването на репутацията на две основни групи:

- ✓ Изисквания, свързани с разкриване на информация за първоначалната оценка при признаване на репутацията/печалбата от изгодна покупка във връзка с осъществени бизнескомбинации;
- ✓ Изисквания, свързани с разкриване на информация относно последващото отчитане на репутацията.

Тези две групи изисквания могат да бъдат представени по следния начин:



Фиг.9 - Оповестяване на репутацията във финансовите отчети
По отношение на регламентираното оповестяване на информация

относно първоначалното признаване на репутацията следва да се обърне внимание на параграфи Б64 - Б67 на приложимия МСФО 3, който на практика регламентира основните положения при оценяването на репутацията в резултат на бизнескомбинации. Според изискванията на стандарта и от гл.т. на разглежданата проблематика, може да разделим ангажиментите за оповестяване на придобиващия на два основни типа:

- Придобиващият следва да оповести **обща информация** за всяка бизнескомбинация, осъществена през отчетния период, съдържаща: наименование и описание на придобиваното предприятие; датата на придобиване, определена съгласно изискванията на стандарта; процента на придобитите инструменти на собствения капитал с право на глас; основните причини за осъществяване на бизнескомбинацията и описание на начина, по който придобиващият е получил контрол над придобивания;
- Придобиващият следва да оповести **специфична информация** относно признатата репутация в резултат на бизнескомбинацията. Тази специфична информация е диференцирана в следните направления:³⁶⁸
 - качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация, като очаквана синергия от комбиниране на дейностите на придобивания и придобиващия, нематериалните активи, които не отговарят на условията за отделно признаване и други фактори;
 - справедливата стойност към датата на придобиване на цялото прехвърлено възнаграждение и справедливата стойност към датата на придобиване на всеки основен клас възнаграждения;
 - общата сума на репутацията, която се очаква да се приспадне за данъчни цели;
 - при изгодна покупка:
 - сумата на всякаква печалба, призната в съответствие с параграф 34 от МСФО 3 и статията в отчета за всеобхватния доход, в която е призната печалбата; и
 - описание на причините, довели до печалба от операцията.

³⁶⁸ Виж пар. Б64 –Б67 от МСФО 3.

- за всяка бизнес комбинация, в която придобиващият държи по-малко от 100 % от участията в собствения капитал в придобивания към датата на придобиване:
 - сумата на неконтролиращото участие в придобивания, призната към датата на придобиване и базата на оценката на тази сума; и
 - за всяко неконтролиращото участие в придобивания, оценено по справедлива стойност, техниките на оценяване и ключовите входящи данни в модела, използвани за определяне на тази стойност;
- т.нар. „провизорно признати суми“ в случаите, когато първоначалното отчитане на дадена бизнескомбинация е непълно. В този случай за конкретни активи, пасиви, неконтролиращи участия или статии на възнаграждението и т.н. следва да се търсят причините, поради които първоначалното отчитане на бизнес комбинацията е непълно, признатите активи, пасиви, участия в собствения капитал и статиите на възнаграждение, за които първоначалното отчитане е непълно и др.;
- равнение на балансовата стойност на репутацията в началото и в края на отчетния период, при което следва да бъдат посочени поотделно:
 - брутната сума и натрупаните загуби от обезценка в началото на отчетния период;
 - допълнителната репутация, призната през отчетния период, с изключение на репутацията, включена в групата активи за освобождаване, които при придобиването отговарят на критериите за класифициране като активи, държани за продажба в съответствие с МСФО 5 Нетекущи активи, държани за продажба и преустановени дейности;
 - корекции в резултат от последващото признаване на отсрочени данъчни активи през отчетния период в съответствие с параграф 67;
 - репутацията, включена в групата на активите за освобождаване, класифицирани като държани за

продажба в съответствие с МСФО 5 и репутацията, отписана през отчетния период, без да е била включена преди това в група за освобождаване, класифицирана като държана за продажба;

- загуби от обезценка, признати през отчетния период в съответствие с МСС 36;
- нетни разлики от валутни курсове, които могат да възникнат през отчетния период в съответствие с МСС 21 Ефекти от промените в обменните курсове;
- всякакви други промени в балансовата стойност през отчетния период;
- брутна стойност и натрупаните загуби от обезценка в края на отчетния период.

Всички тези изисквания на пръв поглед изглеждат твърде много и доста подробни, но според нас в най-важните си аспекти биват изпълнявани по-скоро шаблонно и не по същество. Заключение, че са налице достатъчно изисквания за оповестяване, не означава автоматичното им спазване, още повече по отношение на оповестяванията, които не са свързани с количествена информация. Такова е изискването да се оповести *„качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация, като очаквана синергия от комбиниране на дейностите на придобивания и придобиващия, нематериалните активи, които не отговарят на условията за отделно признаване и други фактори“*.³⁶⁹ Считаме, че към това изискване следва да се подхожда изключително сериозно, тъй като на практика то показва оценката на факторите, които стоят зад платената премия при придобиването, която води до възникването на репутацията. Тези обстоятелства, пречупени през основната ни теза, че тестването за обезценка следва да бъде насочено към онези фактори, които са били в основата на платената премия при придобиването, потвърждават значимостта на този вид оповестяване.

Друг съществен момент, който следва да бъде във фокуса на вниманието, е свързан с първоначалното признаване на репутацията като актив и по-скоро с нейното стойностно оценяване. Предполага се, че мениджърите, след като са определили покупната цена, трябва да оце-

³⁶⁹ Виж пар. Б64 –Б67 от МСФО 3.

ният активите и пасивите на придобиваното предприятие чрез прилагането на справедливи стойности, които следва да се основават на пазарни оценки. Голяма част от активите и пасивите според Bisogno³⁷⁰ обаче нямат "активни пазарни цени", поради което справедливите им стойности се изчисляват на базата на ненаблюдаеми входни данни. Това фактически означава, че мениджърите имат възможност за осъществяване на субективна преценка както при определянето на покупната цена, така и при разпределянето ѝ върху придобитите активи и пасиви. В резултат на това има голяма свобода на преценка при определянето на стойността на репутацията, тъй като, както вече изяснихме, според разпоредбите на приложимия МСФО 3, тя по същество представлява остатъчна величина. Всичко това налага още по-сериозно внимание и към оповестителните бележки във финансовите отчети, които на практика могат да осветлят в определена степен формирането на първоначалната стойност на репутацията.

По отношение на последващото оценяване на репутацията, в приложимия МСС 36 са въведени изисквания за подробни **оповестявания** по отношение на обезценката на ЕГПП, която е пряко свързана с признаването на загуби от обезценка на репутацията. Тези изисквания включват разкриването на информацията относно:

- ✓ балансовата стойност на репутацията, разпределена към ЕГПП (групата единици);
- ✓ балансовата стойност на нематериалните активи с неопределен полезен живот, разпределена към ЕГПП (групата единици);
- ✓ базата, на която е определена възстановимата стойност на единицата (групата единици), т.е. стойност в употреба или справедливата стойност, намалена с разходите по продажба;
- ✓ ключовите предположения, въз основа на които мениджмънтът е базирал прогнозите за паричните потоци;
- ✓ описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение;
- ✓ крайните проценти на растеж (норма на растеж) и дисконтови проценти (норма на дисконтиране);

³⁷⁰ Bisogno, M. Goodwill and accounting discretion, ©Scholedge International Journal of Management & Development, Vol.02, Issue 10, 2015, pp. 9-22, DOI: 10.19085/journal.sijmd021002.

- ✓ анализ на чувствителността, когато разумна промяна в ключово предположение би довела до обезценка.

Изпълнението на всеки от посочените критерии следва да се приема като крачка към подобряване на качествените характеристики на финансовата отчетност по отношение на репутацията и намаляване на информационната асиметрия между мениджмънта на предприятието и ползвателите на информацията от финансовите му отчети.

2.2. Измерване на нивото на оповестяване.

Индекс на оповестяване.

Както вече беше посочено, информацията, свързана със счетоводното отчитане на репутацията, е силно търсена от потребителите, а в същото време значителна част от изследванията говорят за висока степен на субективност при генерирането и оповестяването ѝ. Самото оповестяване на информация в бележките към финансовите отчети не е свързано с изискване за конкретен формат или структура, поради което възникват трудности при сравняването на бележките относно репутацията във финансовите отчети на различните предприятия. Тези факти обуславят необходимостта от метрифициране за определяне на нивото на оповестяване, което единствено може да се разглежда като количествено определяне на степента на оповестяване с цел постигане на сравнимост между отделните предприятия при анализиране на изпълнението на изискванията за разкриване на информация, залегнали в счетоводните стандарти. Това е трудна задача, тъй като се налага обстоен прочит на оповестителните бележки и откриване на отделните изисквания, заложи в счетоводните стандарти. Освен това изисква висока професионална компетентност и, както отбелязват Khairi и др., „всеки метод за мащабиране за присвояване на цифрови, теглови или други символи към отделни елементи за оповестяване има потенциал да заблуждава“.³⁷¹ Считаме, че въпреки посоченото, основният критерий за оценка на всеки изследван годишен отчет е информативен, според който предприятие, което предоставя на потребителите повече информация за конкретен обект за оповестяване, отколкото друго предприятие, получава по-висока оценка. Намираме

³⁷¹ Khairi, K., Laili, N., Tran, D., Disclosure Quality of Goodwill Impairment Testing: A Disclosure Index, Journal of Economics and Development, Vol 14, Iss. 1, pp. 5-30. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2119690>, видяна на 10.06.2017.

този подход за полезен, тъй като дава възможност да се изследва не само степента на откритост на мениджмънта на предприятието, а също така да се подобри ефективността на външните одитори и правоприлагащите органи при преценка относно спазването от страна на предприятията на изискванията, залегнали в счетоводните стандарти.

Постигането на оценка за нивото на оповестяване е обект на научни публикации от средата на 60-те години на миналия век, като са се оформили три основни групи изследователи, прилагащи различни подходи и методи за оценка. Според първите измерването става единствено като се посочва дали дадено изискване за оповестяване е изпълнено или не, след което се отчита броят на съответствията. Вторите залагат на система, изразяваща се в точкуване за всяко изпълнено оповестяване по дихотомната система – 1 т. за всяко изпълнено оповестяване и 0 т., ако няма оповестяване. По този начин се формира максимален набор от точки, който може да бъде постигнат, и се сравняват отделните отчети на база на постигнатите точки. Този тип точкуване е предпочитан от D'Alauro, като той счита, че давайки еднаква тежест на отделните елементи, които трябва да бъдат оповестени от стандарта, се дава възможност да се намали степента на субективност при оценката на задължителната информация, представяна от всяко предприятие.³⁷² Третата група включва проучвания, които залагат на авторови индекси, чрез които да се измери нивото на съответствие и оповестяване. Срещат се два варианта на прилагане: дихотомен подход, според който се дават равни тегла за всеки отделен елемент на оповестяване и дихотомен подход с различни тегла за отделните елементи, определени според тяхната същественост, т.нар. индекси на Куук (Cooke's index). Прегледът на актуалните изследвания в последните години показва, че изследователите използват основно индекси за оповестяване.

В специализираната литература³⁷³ (Mazni, A., Marizah M.;

³⁷² D'Alauro, G., Цит. съч., с. 764.

³⁷³ Вж. Mazni, A., Marizah M., Measuring compliance with IFRS mandatory disclosure requirements: Some evidence from Malaysia, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 2013, 7(8), pp.163-169.; Tsalavoutas, I., Transition to IFRS and compliance with mandatory disclosure requirements: What is the signal?, *Advances in Accounting*, 27 (2), 2011, pp. 390-405.; Khairi, K., Laili, N., Tran, D., Disclosure Quality of Goodwill Impairment Testing: A Disclosure Index, *Journal of Economics and Development*, Vol 14, Iss. 1, pp. 5-30. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2119690>, видяна на

Tsalavoutas, I.; Khairi, K., Laili, N., Tran, D.;D’Alauro, G.) се срещат различни подходи за конструиране на индекса – на претеглена или непретеглена база. Посочените дотук индекси са непретеглени, като има и алтернативен подход, като например разкриване на тежестта - отделните позиции, които са претеглени в съответствие с относителното им значение, въпреки че, както посочват и Trang и Phuang „няма еднозначност при определяне на значението им за тяхното претегляне”.³⁷⁴ Това определя и нашето предпочитание към използването на непретеглени индекси поради субективността, която биха могли да въведат претеглените мерки.

Освен това Urquiza и др.³⁷⁵ посочват, че индексите могат да бъдат разделени в три групи според съдържанието и обхвата им: 1) „Индекс на качеството“ с многоизмерен характер; 2) „Индекс на обхвата“, предназначен специално за измерване на обхвата на информацията; и 3) „Количествен индекс“, който измерва информацията, разкривана изключително по отношение на количеството.

Едни от авторите с най-съществени публикации по въпроса Cooke и Wallace считат, че „финансовото оповестяване е абстрактна концепция, която не може да бъде измерена директно”.³⁷⁶ Поради това те твърдят, че индексите на оповестяване могат да се използват за улавяне на интензивността на корпоративната информация, докладвана от компаниите. Според Marston and Shrivess³⁷⁷ няма общо правило, което да предлага насоки за избора на елементи за измерване на доброволното разкриване. Следователно, изследователите могат да приемат или адаптират съществуващ индекс (с известна модификация) или дори да

10.06.2017.; D’Alauro, G., The impact of IAS 36 on goodwill disclosure: Evidence of the write-offs and performance effects. *Intangible Capital*, 9(3), 2013, pp.754-799.

³⁷⁴ Trang, Vo., Phuong, N., The Disclosure in the Annual Reports by the Listed Companies on the Ho Chi Minh Stock Exchange, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 6, No. 12; December 2015, pp.117-126.

³⁷⁵ Urquiza, F., Navarro, M.C.A., Trombetta, M., Disclosure indices design: does it make a difference? El diseño de los índices de revelación: impacto en la investigación, *Revista de Contabilidad*, Volume 12, Issue 2, pp. 253-277.

³⁷⁶ Cooke, T.E., Wallace, R., Global survey of corporate disclosure practices and audit firms: a review essay, *Accounting and Business Research*, 2, 1989, p. 51.

³⁷⁷ Marston, C. L., & Shrivess, P.J., The use of disclosure indices in accounting research: a review article. *British Accounting Review*, 23 (3), September 1991, 195-210.

създадат нов индекс, адаптиран към нуждите на специфичната си изследователска среда.

За целите на извършване на анализа считаме, че използването на непрегеглен индекс би било подходящо и той може да бъде от дихотомен тип, като всяко съответствие с изискванията се точкува с 1 т., а несъответствието - с 0 точки. Общият вид на индекса е следния:

$$\text{Индекс на оповестяване} = \frac{\text{Брой точки на конкретното предприятие}}{\text{Възможен максимален брой точки}}$$

Изискванията за задължително оповестяване на информация по отношение на репутацията, както вече изяснихме, се съдържат в приложимите международни стандарти МСФО 3 – *Бизнескомбинации* и МСС 36 – *Обезценка на активи*. Подробните изисквания за оповестяване са поместени в таблица 2 :

Изисквания за оповестяване

Таблица 2

Нормативно основание	Съдържание на изискването за оповестяване	Брой точки
МСФО 3, пар. 64	Наименование и описание на придобивания;	1
	Датата на придобиване;	1
	Процента на придобитите инструменти на собствения капитал с право на глас;	1
	Основните причини за бизнес комбинацията и описание как придобиващият е получил контрол над придобивания;	1
	Качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация, като очаквана синергия от комбиниране дейностите на придобивания и придобиващия, нематериалните активи, които не отговарят на условията за отделно признаване и други фактори.	1
	Справедливата стойност към датата на придобиване на цялото прехвърлено възнаграждение и справедливата стойност към датата на придобиване на всеки основен клас възнаграждения, като: парични средства; други материални или нематериални активи, включително стопанска дейност или дъщерно предприятие на придобиващия; поети пасиви, например задължение за възнаграждение под условие	1

МСФО 3, пар. 64	Информация за договорености за възнаграждения под условие и компенсационни активи	1
	Информация за придобити вземания	1
	Сумите, признати към датата на придобиване за всеки основен клас придобити активи и поети пасиви;	1
	Общата сума на репутацията, която се очаква да се приспадне за данъчни цели	1
	При изгодна покупка: i) сумата на всякаква печалба, призната в съответствие с параграф 34 и статията в отчета за всеобхватния доход, в която е призната печалбата; и ii) описание на причините, довели до печалба от операцията.	1
	За всяка бизнес комбинация, в която придобиващият държи по-малко от 100 % от участията в собствения капитал в придобивания към датата на придобиване - метода за оценка на неконтролиращото участие	1
МСС 36	Броя и начина на определяне на ЕГПП в предприятието	1
	Балансовата стойност на репутацията, разпределена към ЕГПП	1
	Базата, на която е определена възстановимата стойност на единицата (групата единици) – стойност в употреба или справедливата стойност, намалена с разходите по продажба	1
	Ключовите предположения, въз основа на които мениджмънтът е базирал прогнозите за паричните потоци	1
	Описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение	1
	Крайните проценти на растеж (норма на растеж) и дисконтови проценти (норма на дисконтиране)	1
	Анализ на чувствителността, когато разумна промяна в ключово предположение би довела до обезценка	1
	Общ максимален брой точки:	20

При изпълнението на така посочените нормативни изисквания за оповестяване максималният брой точки, който всяко предприятие може да постигне е 20 точки, което ще съответства на пълно и цялостно оповестяване. Въпреки това считаме, че независимо от нивото на съответствие, което е постигнато, следва да бъде проведен и структурен и съдържателен анализ на оповестяванията с цел да се изведат на преден план основните пропуски и да се търсят причините за тяхното съществуване.

Един от основните аргументи на БМСС в подкрепа на съществуващия режим за отчитане на репутацията е, че посредством обезценката на репутацията мениджърите на предприятията могат да доклад-

ват частна информация, която е известна само на тях. От друга страна следва да вземем предвид и наличието на т.нар. „агентски проблем“, според който мениджмънта ще се възползва от предоставената му възможност да управлява информацията във финансовите отчети опортюнистично, а добре е известно, че според агентската теория проблемите възникват, когато целите на принципала са в конфликт с тези на агента и двете страни имат асиметрична информация.

Извършените от нас анализи на проведени изследвания в тази област налагат виждането, че съществува висока степен на субективност, позволяваща опортюнистично поведение на ръководствата на предприятията при тестване на репутацията за обезценка и при оповестяване на информацията относно репутацията в публичната финансовата отчетност на предприятията.

2.3. Фактори и мотиви за оповестяване в контекста на качествените характеристики на информацията относно репутацията.

Оповестяването на информация във всяко от посочените направления е пряко свързано с факторите, които стоят в основата на различните количествени и качествени параметри на оповестяванията, които се съдържат в годишните отчети на предприятията. Съществуват множество изследвания относно факторите, които детерминират оповестяванията. Според Castellano, Corsi и Del Gobbo³⁷⁸ по-специално внимание заслужават размерът на предприятието, високото качество на одита, търгуването на ценните книжа на повече фондови пазари и разпределението на репутацията на голям брой ЕГПП. Всички тези фактори, според авторите, са свързани с наличието на средни и високи нива на оповестяването на репутацията. Обратно – средната и ниска степен на разкриване се свързват с висока концентрация на собствеността, ниско ниво на дълг, т.е. ниска зависимост от кредитори, търгуване само на една фондова борса и липса на информация за броя на ЕГПП.

Анализът на посочените фактори следва да бъде извършен в две основни направления: наличието на минимални нормативни изисквания

³⁷⁸ Castellano, N., Corsi, K., Del Gobbo, R., Goodwill Disclosure in Europe. Profiles of disclosing companies, *Eastern European Business and Economics Journal*, Vol.1, No. 2, 2015, pp.32-65.

за оповестяване и възможността за извършване на преценки от страна на мениджърите на предприятията. Тези две направления са елемент на т.нар. „агентски проблем“. Именно специфичният характер на репутацията и комплексността на оценяването според Petersen и Pleborg³⁷⁹ правят този проблем много актуален при нейното оповестяване. Както вече посочихме, според „агентската теория“ мениджърите могат да използват частната информация, до която имат достъп – опортюнистично, като по този начин размерът на репутацията може да бъде повлиян от степента на тяхната субективност. Субективността в преценките може да бъде изразена по различен начин – чрез манипулиране на обезценката на репутацията посредством оповестяването на оптимистични допускания (очаквания) за развитието на бизнеса, чрез определянето и оповестяването на „подходящ“ брой и размер на ЕГПП, посредством разпределянето на значителна част от цената на придобиване върху репутацията вместо към разграничими амортизируеми нематериални активи с цел да се избегне признаването на амортизации и демонстрирането на положителна възвръщаемост след бизнескомбинацията и т.н. Всъщност цялата концепция за „агентския проблем“ се състои в спестяването на информация от страна на мениджмънта, което води до повишаване на нивото на информационна асиметрия. Съществува обаче опасността информацията да бъде оповестена (поне в минимално изискуемите ѝ параметри), но това да не доведе до намаляване на информационната асиметрия, тъй като по същество разкритата информация няма нужните качества и не подобрява качествените характеристики на финансовия отчет.

В определени случаи мениджмънтът е поставен в ситуация, в която следва да балансира между оповестяването на уместна и надеждна информация от една страна, и намаляването на информационните разходи и конкурентните рискове – от друга. Основен принцип при оповестяването е, че балансът между ползите и разходите следва да бъде изграден по такъв начин, че ползите, които могат да бъдат извлечени от определена информация, да превишават разходите за нейното създаване. И тъй като спазването на този основен принцип е изключително трудно, в значителна степен следва да се разчита „на професионал-

³⁷⁹ Petersen, Ch., Pleborg, T., *Journal of International Accounting Auditing and Taxation* 15(2) December 2006, pp.127-149.

ната преценка на тези, които изготвят финансовите отчети“.³⁸⁰ В тази посока е изследването на Johansen и Plenborg³⁸¹, според които всички оповестявания, свързани с бизнескомбинациите, са много търсени от ползвателите на финансови отчети, но в същото време са сред оповестяванията, които са най-скъпи за изготвяне и от които ползвателите са по-малко удовлетворени от гл.г. на тяхното качество.

Посоченото дотук пряко кореспондира с актуалните изследвания относно нивото и качеството на оповестяванията на репутацията във финансовите отчети. Според изследването на Glaum и др. се установява значително ниво на несъответствие на оповестяванията с изискванията на МСС 36 и МСФО 3 в 17 европейски държави, като констатираното несъответствие, според авторите, е в резултат на фактори на национално и фирмено равнище. Според резултатите едва 12 компании докладват информация относно всички изискуеми оповестявания.

В публикацията на Hayn и Hughes³⁸² на преден план са изведени нуждите на инвеститорите, като основното заключение е, че те се нуждаят от по-добра и по-детайлна информация относно бизнескомбинациите и репутацията. Един от основните им изводи е, че резултатите от тяхното изследване категорично показват, че способността за предвиждане на бъдещи обезценки на репутацията, базирана единствено на информацията от финансовите отчети, е силно ограничена. Това според нас е ясен сигнал за една от основните качествени характеристики на информацията – да има прогнозна стойност и да може да се използва в бъдещи професионални анализи. Липсата на детайлна информация и неспазване на основни изисквания за оповестяване на репутацията е заключението и в изследването на Carvalho и Rodrigues.³⁸³ Освен това те установяват, че нивото на оповестяване не се подобрява с течение на времето, като считат, че неадекватността в прилагането на стандартите (МСС 36 и МСФО 3 – *бел. моя – Ам. Ам.*) е в резултат на техния твърде

³⁸⁰ Миланова, Е., Орешаров, Н., Цит. съч., с. 13.

³⁸¹ Johansen, T., Plenborg, T., *Prioritising Disclosures in the Annual Report*, Accounting and Business Research, 2013, 43:6, pp. 605-635. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/259620944>, видяна на 10.06.2017.

³⁸² Hayn, C., Hughes, P., Цит. съч., с. 1-51.

³⁸³ Carvalho, C., Rodrigues, A., *The Recognition of Goodwill and Other Intangible Assets in Business Combinations – The Portuguese Case*, Australian Accounting Review, No. 76, Vol.26 (1), 2016, pp.4-20.

комплексен характер и субективността, която е заложена в тях.

Като продължение на разсъжденията може да разгледаме и изследванията на Shalev³⁸⁴, който също посочва емпирични доказателства, че нивото на оповестяване намалява и инвеститорите не разбират информацията, свързана с бизнескомбинациите в оповестителните бележки в съдържателен аспект. Още в своята докторска дисертация през 2007 г., той представя убедителни доказателства за наличието на негативна връзка между нивото на оповестяване на бизнескомбинациите и частта от цената на придобиване, разпределена към репутацията и „тълкува този резултат като предположение, че приобретателите, които надплатят за придобитото предприятие или нарушават разпределението на покупните цени, за да увеличат положителната репутация, обикновено оповестяват по-малко информация за бизнескомбинациите“.³⁸⁵

Макар в своето изследване Amiraslani, Iatridis и Pope³⁸⁶ да разкриват различни нива на съответствие при прилагането на МСФО в различни страни в Европа, то анализите на разгледаните от нас проучвания разкриват сходни резултати в различни страни по света, като всички те показват едни и същи недостатъци при разкриване на информация, свързана с репутацията като цяло и в частност относно разпределянето на цената на придобиване, определянето на броя и големината на ЕГПП, избора на дисконтовия процент, темпа на растеж и т.н. Тези констатации стоят и в основата на изводите на Nguyen и др.³⁸⁷, че такива високи нива на несъответствие могат да бъдат разгледани като вероятен продукт на опортюнистично поведение на мениджърите с цел да се намали вероятността от загуби от обезценка. Алтернативно обяснение може да се

³⁸⁴ Shalev, R. The Information Content of Business Combination Disclosure Level. *The Accounting Review*, 84(1), 2009, pp. 239-270. Available from <http://www.jstor.org/stable/30243563>, видяна на 10.06.2017.

³⁸⁵ Shalev, P., Managerial Discretion in Business Combinations Reporting under SFAS 141, Submitted in partial fulfillment of the Requirements for the degree of Doctor of Philosophy under the Executive Committee of the Graduate School of Arts and Science, Columbia University, 2007, Available from: https://www8.gsb.columbia.edu/programs/sites/programs/files/abstracts/Ron_Shalev_Dissertation.pdf, видяна на 10.06.2017.

³⁸⁶ Amiraslani, H., Iatridis, G.E., Pope, P., Цит. съч., с.36-45.

³⁸⁷ Nguyen, T., Rahman, A., Nguyen, L., The relevance of goodwill accounting and disclosure practice in Vietnam, August 12, 2015, Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2668414>, видяна на 10.06.2017.

търси в сложността на счетоводните стандарти и неадекватните компетенции на компанията да следва задължителната рамка за отчитане

Посочените факти в резултат на проведени емпирични изследвания поставят въпроса за оценката на ефекта от прилагането на счетоводните правила, заложи в приложимите счетоводни стандарти. Регулаторните органи, професионалните организации и счетоводните регулатори в различни страни също насочват усилията си към проучване на практиките по прилагане на счетоводните правила по отношение на репутацията. В тази връзка считаме, че следва да бъдат разглеждани като тревожни констатациите, разкрити в Доклада на Европейския орган за ценни книжа и пазари (ЕОПЦК), във връзка с преглед на репутацията и други нематериални активи във финансовите отчети по МСФО.³⁸⁸ Авторите съвсем ясно посочват, че „въпреки че основните оповестявания, отнасящи се за тестването за обезценка на репутацията, са включени по принцип, в много случаи те са от общо естество, а не конкретно за даденото предприятие“. На практика това според нас може да бъде разглеждано по три начина:

- 1) че управителните органи, които са отговорни за информацията във финансовия отчет, трябва да балансират между спазването на счетоводните стандарти в частта за минимално необходими оповестявания и недокладването на конкретна информация, което на практика намалява качеството на направените оповестявания;
- 2) че значителна част от оповестяванията са от „бланкетен“ тип, които се използват като се пренасят в ГФО за следващите периоди или са вменени на предприятията от одитиращите ги компании;
- 3) че самите стандарти позволяват подобно оповестяване, което няма последващи санкции от финансово естество и следва да бъде прецизирано.

Не може да не отбележим и факта, че съществуват емпирични изследвания³⁸⁹, които показват, че „честните“ мениджъри не (вина-

³⁸⁸ Вж. Цит. док.: Доклад на Европейския орган за ценни книжа и пазари (ЕОПЦК), ESMA/2013/2, с. 3.

³⁸⁹ Verrecchia, R., Essays on Disclosure (June 2001). JAE Rochester Conference April 2000. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=276699>, видяна на 12.06.2017.

ги) разкриват подробна информация (напр. относно парични потоци за различните ЕГПП, норми на растеж и др.), защото се опасяват, че конкурентите могат да използват тази информация, за да коригират стратегиите си спрямо тях, от което те самите да изгубят.

Друго пространно изследване на Tsavaloutas, Andre, и Dionysiou относно приложението на МСФО 3, МСС 38 и МСС 36 в световен мащаб, финансирано от АССА, показва, че „предприятията предоставят много променливи нива на информация за осъществените бизнескомбинации, придобити нематериални активи и тестовите за обезценка“.³⁹⁰ Несъответствието според авторите е резултат от различни решения на дружествата по отношение на това дали дадена сделка (т.е. бизнескомбинация) или позиция (т.е. нематериален актив, репутация или загуба от обезценка) е достатъчно съществена, за да гарантира предоставянето на съответната задължителна информация. Това определя и заключението, че несъответствие може да възникне, защото това, което се изисква от стандартите, не е много ясно и/или защото предприятията умишлено не спазват изискванията за задължително оповестяване. Освен това отчитаме като изключително тревожен факта, че въпреки че 258 дружества разкриват, че признават положителната репутация, възникваща в резултат на извършените придобивания, само 61 разкриват качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация. Освен това, въпреки че МСФО 3 изисква оповестявания за признаване на неконтролиращо участие, 33 дружества (от 76-те дружества, за които сключените придобивания включват между 50% и 99% от активите на придобивания) не оповестяват метода за оценка на неконтролиращото участие. Интересно е, че някои от тези области на несъответствие са подчертани в предходни изследвания и въпреки това предприятията продължават да го правят.

В специален доклад на Института на експерт-счетоводителите в Англия и Уелс (ICAEW) по прилагането на МСФО от ЕС и Директивата за справедливата стойност, изготвен по искане и с финансиране от Европейската комисия³⁹¹ също се установява определено ниво на несъ-

³⁹⁰ Tsavaloutas, I., Andre, P., Dionysiou, D., Цит. съч., с. 62-63.

³⁹¹ EU implementation of IFRS and the fair value Directive. A report for the European Commission, ICAEW, October 2007, Available from: http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/studies/2007-eu_implementation_of_ifrs.pdf, видяна на 10.03.2017.

ответствие на оповестяванията на репутацията с изискванията на приложимите счетоводни стандарти. По отношение на разпределението на репутацията към ЕГПП например е констатирано, че са представени бележки с различна степен на детайлност, вариращи от обикновено изявление в смисъл, че разпределението е извършено до значителни подробности по отношение на кои единици и как са определени те. Друг констатиран проблем е оповестяването на метода, който се използва при установяването на възстановимата стойност и другите променливи в теста за обезценка. Това отдаваме по-скоро на две причини: преценка на ръководството, че информацията не е съществена, макар и задължителна за оповестяване, и наличието на притеснения относно разкриването на чувствителна информация относно вътрешните проекции на бизнеса пред конкурентите в един публичен финансов отчет.

Като доразвитие на предишно тяхно изследване може да приемем публикацията на Tsavaloutas, Andre, и Dionysiou от 2017 г.³⁹², в която въз основа на голяма извадка от европейски предприятия се разглежда въпроса дали различните варианти на съответствие с оповестяванията по МСС 36 – *Обезценка на активи* и МСС 38 – *Нематериални активи* са важни за стойността и дали засягат прогнозите на анализаторите. Резултатите показват, че несъответствието се отнася най-вече до информация, която разкрива преценката и очакванията на мениджърите. Те установяват и наличието на връзка между средните нива на оповестяване и пазарните стойности на предприятието и прогнозите на анализаторите, което на свой ред пък е доказателство за ролята и значението на оповестяванията.

Обективният анализ на изложеното до тук налага търсенето на подходящи решения, които да подобрят не само изпълнението на минималния набор от оповестявания по отношение на репутацията, но и да повишат качествените характеристики на разкритата информация. В частност считаме, че оповестяването на достатъчно и качествена информация относно обезценката на репутацията може да представлява подходящ показател за степента на добросъвестност, с която ръковод-

³⁹² Andre, P., Dionysiou, D., Tsavaloutas, I., Mandated disclosures under IAS 36 Impairment of Assets and IAS 38 Intangible Assets: Value relevance and impact on analysts' forecasts, Available from: <https://www.researchgate.net/publication/317379566>, видяна на 10.06.2017.

ството е приложило изискванията на МСС 36 за теста за обезценка на репутацията. Наред с това считаме, че нивото на оповестяване е свързано с ефективността на приходите, като се позоваваме на D'Alauo³⁹³ в търсенето на доказателства за положителна връзка между общото ниво на корпоративно оповестяване и показателите за счетоводно представяне. Безспорно качеството на оповестяванията би се повишило, ако те предоставят възможност на потребителите да разберат финансовите ефекти от загубите от обезценка, признати през определен период. Освен това, докладването на достатъчно ясни аргументи относно „разумността“ на направените минали предположения би внесло яснота относно развитието на бизнеса и би подпомогнало ползвателите в предвиждането на бъдещи обезценки. И макар да изглежда почти непостижимо за някои, подобно на EFRAG, ASBJ и OIC³⁹⁴, приемаме, че на базата на информацията, която е оповестена в ГФО, потребителите трябва да имат възможността да извършват свои собствени изчисления на обезценката или да повторят отново резултатите, постигнати от предприятието.

Като изключително важна отбелязваме позицията на IASB по отношение на задължителните оповестявания към финансовите отчети. Във връзка с реализацията на Проект за промяна на оповестяването и принципи на оповестяване Бордът споделя, че „**трудностите** при прилагането на преценката често **са поведенчески**, а не са причинени от изискванията на стандартите на МСФО.... Някои субекти, одитори и регулатори приближават финансовите отчети предимно като документи за съответствие, а не като средство за комуникация с потребителите на финансовите отчети.“³⁹⁵ Тези констатации отново извеждат на преден план нашата теза, че понякога оповестителните бележки се правят по-скоро чисто формално от гл.т. на спазване на изискването, по шаблон и без да се проявява професионална преценка от страна на ръководството.

За тази цел, водени от констатираните недостатъци, считаме, че подобряването на качествените характеристики при текущото регла-

³⁹³ D'Alauo, G., The impact of IAS 36 on goodwill disclosure: Evidence of the write-offs and performance effects. *Intangible Capital*, 9(3), 2013, pp.754-799.

³⁹⁴ Вж. EFRAG, ASBJ и OIC, Цит. съч., р. 43.

³⁹⁵ Disclosure Initiative—Principles of Disclosure, Discussion Paper DP/2017/1, March 2017, IASB, p.13.

ментирани в приложимите счетоводни стандарти може да бъде постигнато посредством:

- Повишаване на изискванията към оповестяване на качествена информация относно факторите, които съставляват репутацията при нейното първоначално признаване. Както вече изяснихме според нас по този начин се прави своеобразна дисекция на мотивите, които стоят зад платената премия при придобиването, която води до възникването на репутацията;
- Въвеждане на задължително посочване на начина и мотивите при определяне на броя и обхвата на ЕГПП;
- С цел постигане на по-висока съпоставимост би могло да се въведе тестване за обезценка на базата на оперативни сегменти вместо на отделни ЕГПП. По този начин информацията от сегментното отчитане ще може да бъде използвана, което би подобрило оповестяванията с информация, която е налична за мениджмънта на предприятието;
- Оповестяване на информацията отделно за всяка възникнала репутация и ЕГПП, към която е била асоциирана (репутация по възрастова структура);
- Обосновано оповестяване на разпределянето на цената на придобиване между придобитите разграничими материални и нематериални активи и репутацията;
- Аргументирана информация относно всички допускания, които са направени при извършването на теста за обезценка, и промените в тях в рамките на последните 5 години с информацията относно фактите и обстоятелствата, които са ги обусловили;
- Информацията относно развитието на придобития бизнес, в резултат на което е възникнала репутацията;
- Задължително оповестяване на информацията за параметрите и допусканията, които мениджмънтът е направил през предходния отчетен период във връзка с теста за обезценка на репутацията;

Посочените предложения следва да бъдат разглеждани единствено като възможност за подобряване на сегашния режим за отчитане и оповестяване на репутацията. Убедено считаме, че комплексният характер на репутацията изправя авторите на счетоводни стандарти

пред сериозна дилема между постигането на уместна и в същото време надеждна информация. Това не винаги е възможно, тъй като често най-уместната информация определено не е най-надеждната, но пък и потребителите в определени ситуации са склонни да пожертват в известна степен уместността за повече надеждност и обратното, като винаги търсят определен минимум на верифицируемост, тъй като в противен случай информацията губи своята полезност. Въпреки, че някои автори считат, че степента на прозрачност, постигната, когато оповестяването се изготвя в тясно съответствие с изискванията на МСС 36, е по-висока и има по-голяма информационна стойност, за съжаление, резултатите от извършените проучвания показват, че като цяло този потенциал за висока прозрачност не се трансформира в действителни подобрения на прозрачността на практика. От всичко това произтича и основния проблем, който стои пред финансовите отчети – проблемът с доверието. Безспорно е, че целта на Концептуалната рамка на МСС/МСФО като цяло не е да се постигне 100%-ова истина, тъй като това според нас е недостижима цел. По-скоро всяка бъдеща промяна в правилата следва да е продиктувана от желанието да се представят отчети, които да са достатъчно надеждни, за да бъдат полезни.

ГЛАВА ТРЕТА

ПРАКТИКО-ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА ПРИЗНАВАНЕТО, ОЦЕНЯВАНЕТО И ПРЕДСТАВЯНЕТО НА РЕПУТАЦИЯТА ВЪВ ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПУБЛИЧНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Изследване на практиката на българските публични предприятия при признаване и оповестяване на репутацията.

1.1. Обхват и ограничения на изследването.

В обхвата на изследването са включени български публични предприятия, които участват при формирането на борсовия индекс VGBX 40 (Индекса) на Българска фондова борса (БФБ) към 31.12.2016 г. VGBX 40 е индекс, базиран на пазарната капитализация на включените емисии обикновени акции, коригирана с фрий-флоут коефициента на всяка от тях. Според Правилата за изчисляване на индекси на БФБ, VGBX 40 се състои от 40-те емисии обикновени акции на дружествата с най-голям брой сделки и най-висока медианна стойност на дневния оборот за последните 6 месеца, като двата критерия имат еднаква тежест.³⁹⁶ Фактът, че при формирането на индекса са включени акциите на най-търгуваните предприятия ни дава основание да считаме, че техните финансови отчети биха били изготвени при максимално спазване на изискванията на МСС/МСФО от една страна и биха предоставили максимално коректна и полезна информация за потребителите на финансови отчети – от друга.

Изследването обхваща одитираните финансови отчети на предприятията за пет годишен период от 2012 до 2016 г., като от всички предприятия, попадащи в обхвата на Индекса, са изследвани първите 20 според пазарната им капитализация към 31.12.2016 г. От тях са извадени

³⁹⁶ Правила за изчисляване на индекси на Българска фондова борса-София АД, последна редакция: 04.07.2017, Available from: http://download.bse-sofia.bg/BSE-Rules/Indices/Index_Rules_BG.pdf, видяна на 25.07.2017.

2 предприятия (Адванс Терафонд АДСИЦ-София и Софарма имоти АДСИЦ-София), които са акционерни дружества със специална инвестиционна цел (АДСИЦ), тъй като поради спецификата на дейността им при тях на практика няма възникваща репутация. Независимо, че обхватът на изследването се ограничава до първите 20 предприятия според признака „пазарна капитализация“, считаме, че резултатите от него могат да бъдат приети като съществени и даващи основание за формулиране на обосновани заключения, тъй като пазарната капитализация на предприятията в изследваната съвкупност представлява 83,19% от пазарната капитализация на индекса BGVX 40 към 31.12.2016 г. (Табл. 3).

Таблица 3

ПАЗАРНА ИНФОРМАЦИЯ за предприятията, участващи при формирането на Индекса BGVX 40 от 03.01.2016 до 29.12.2016 г.		
<i>Източник: БФБ</i>		
Код	Емитент	Капитализация
3JR	Софарма АД-София	387072167
57B	Булгартабак-холдинг АД-София	382524585
5MB	Монбат АД-София	342868500
6C4	Химимпорт АД-София	305839380
5F4	ТБ Първа Инвестиционна Банка АД-София	300355000
3CZ	ЧЕЗ Разпределение България АД-София	287754000
6AB	Албена АД-к.к. Албена	238075079
5MH	М+С хидравлик АД-Казанлък	229390717
0SP	Спиди АД-София **	200897351
SO5	Софарма трейдинг АД-София	191671678
6AM	Алкомет АД-Шумен	190696331
6A6	Адванс Терафонд АДСИЦ-София	0
5V2	Холдинг Варна АД-Варна	150126343
4CF	ТБ Централна кооперативна банка АД-София	143762527
3NB	Неохим АД-Димитровград	140813692
T57	Трейс груп холд АД-София	133584000
5BN	ТБ Българо-Американска Кредитна Банка АД-София **	119135586

** На проведено заседание на Съвета на директорите на БФБ-София АД по Протокол

4EH	Еврохолд България АД-София	114377034
5SR	Стара планина Холд АД-София	109725000
6S6	Софарма имоти АДСИЦ-София	0
	Общо пазарна капитализация на изследваната съвкупност:	3968668970
	Общо пазарна капитализация на всички предприятия в Индекса:	4770718553
	Относителен дял на изследваните предприятия в общата пазарна капитализация на Индекса:	83,19%

Мотивите при определяне на обхвата на изследването са продиктувани от следните обстоятелства:

- Всички предприятия, включени в Индекса, са възприели еднаква счетоводна база при изготвяне на финансовите си отчети (МСС/МСФО), което осигурява сравнима информация за целите на изследването;
- Разкритата от предприятията информация е публична и подлежи на проверка освен от регистриран одитор и от надзорния орган – Комисия по финансов надзор, което предполага висока степен на достоверност;
- Проучването обхваща периода от 2012 г. до 2016 г. като включва изследване на финансовите отчети на предприятията, попадащи в обхвата на Индекса, за 5 последователни отчетни периода, какъвто обикновено се приема, че е периодът, през който стойността на придобитата репутация започва да се изчерпва и да намалява;
- При изясняване на съществуващата практика по признаване и последващо оценяване на репутацията от обхвата на изследването са изключени предприятията, които нямат призната репутация във финансовите си отчети за периода;
- Резултатите от едно от най-авторитетните актуални изследвания, посветени на репутацията показват, че средно около 75%

№42 /07.09.2017 г. е взето решение за изваждане на следните емисии от базата на BVBX40: 52E Елхим Искра АД-Пазарджик, 5BN ТБ Българо-Американска Кредитна Банка АД-София, 0SP Спиди АД-София, 6F3 Феър Плей Пропъртис АДСИЦ-София, Вж.: Официална интернет страница на БФБ: <http://www.bse-sofia.bg/?page=News&newsID=104688>, видяна на 20.09.2017.

от обезценките на репутацията са признати от предприятията в топ 10 според изследваните показатели.³⁹⁸

- В изследването са използвани данни от публикуваните публични ГФО на предприятията в интернет страницата на БФБ и Агенция по вписванията.

1.2. Методика на изследването.

Извършеният от нас преглед на теоретичните постановки и съществуващите изследвания по въпросите, свързани с финансово-счетоводните аспекти на отчитането на репутацията, който беше направен в предходните две глави, налага обективното заключение, че тези въпроси са от съществено значение за счетоводната теория и практика в световен мащаб и в същото време липсва цялостно и задълбочено изследване на проблемите, които стоят пред българските предприятия при признаването, последващото отчитане и оповестяването на репутацията във финансовите отчети.

При реализирането на настоящото изследване е използвана публично достъпна информация, разкрита чрез годишните финансови отчети на предприятията от формираната извадка за периода 2012-2016 г., както и на друга информация, оповестена публично чрез техните интернет страници, интернет страницата на БФБ и на Търговския регистър към Агенция по вписванията. Към получената информация са приложени различни научни **методи** като: наблюдение, сравнение, индукция, дедукция, анализ и оценка на количествени (цифрови) данни и текстова информация и др.

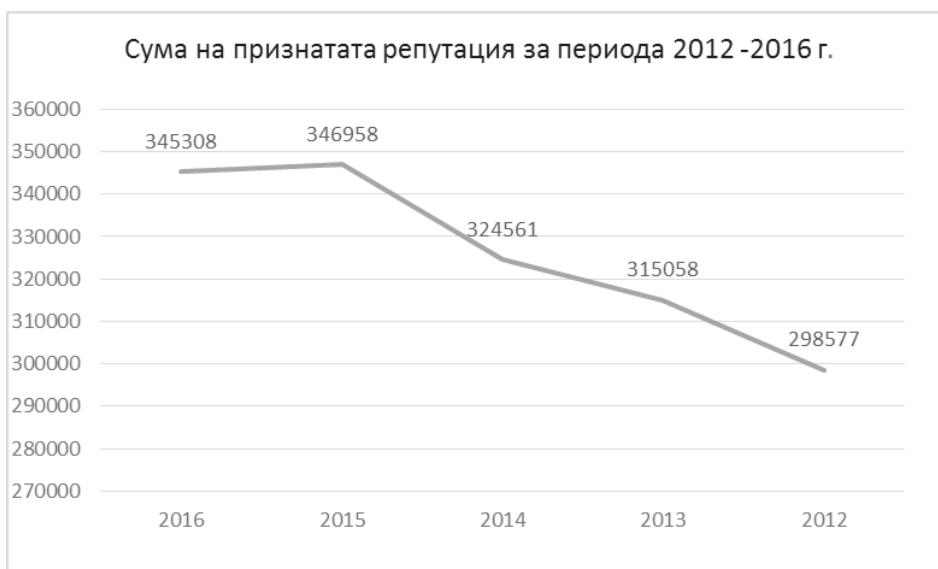
1.3. Обобщени резултати от практиката при първоначално признаване и оценяване на репутацията.

При представянето на обобщени резултатите от практиката на предприятията, включени в изследването, е използван дедуктивният подход, като по този начин първо е представена обобщена картина за състоянието и значението на репутацията във финансовите отчети на предприятията, а в следствие е извършен анализ на някои ключови показатели, свързани с първоначалното признаване на репутацията,

³⁹⁸ EFRAG (2016), Цит. съч., р. 24-25.

което има за цел да сведе анализа до конкретни изисквания, заложен в приложимите стандарти и имащи значение за полезността на информацията за представената във финансовите отчети репутация.

През изследвания период 2012 - 2016 г. размерът на признатата репутация във финансовите отчети на предприятията от извадката бележи трайна тенденция към увеличение, като от 298577 хил. лв. към 31.12.2012 г. стойността ѝ нараства на 345308 хил. лв. към края на 2016 г., което представлява увеличение с близо 16% за изследвания период, както се вижда от фиг. 10

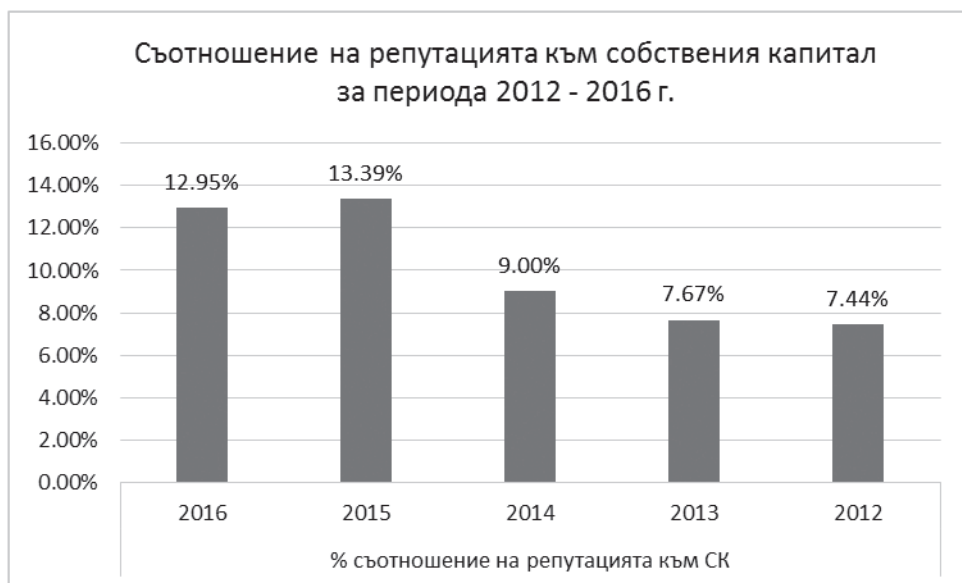


Фиг. 10 – Изменение на признатата във финансовите отчети репутация за периода 2012 -2016 г.

Представените стойности на репутацията на фиг.10 включват както възникващата новопризната репутация през изследвания период, така също и промени в размера на репутацията, свързани с отписване на репутация поради загуба на контрол или освобождаване от дъщерно предприятие, признати обезценки и промени в резултат на ефектите от промяната на валутните курсове. Налице е трайна тенденция към увеличение на размера на репутацията, която публичните компании в Индекса признават във финансовите си отчети, като най-високите стойности са през 2015 г. Това обстоятелство на свой ред може да бъде свързано с:

- ✓ Увеличаващ се дял на придобиванията като форма за растеж сред публичните предприятия, участващи в Индекса;
- ✓ Постигане на крайни цени при придобиванията, които в значителна степен превишават стойността на придобитите нетни активи, което пък може да бъде резултат от висока оценка на потенциала на придобитите предприятия, неточности при формиране на първоначалната оценка за придобиването и т.нар. „надплащане“ без стойност от страна на придобиващия или да се разглежда като резултат от „умишлено“ разпределение на по-съществена част от платената цена към репутацията.

Друг показател, който считаме, че има значение при изследването на репутацията, е съотношението *репутация към собствен капитал (нетните активи)*. Проследяването на тенденциите в изменението на показателя е важно от гл.т. на значението на репутацията в общата маса на нетните активи на предприятието. При него също се забелязва трайна тенденция към увеличение, като относителният дял на репутацията се увеличава от 7,44% през 2012 г. до 12,95% през 2016 г.



Фиг. 11 – Съотношение на репутацията към собствения капитал средно за периода 2012 -2016 г.

През всяка от изследваните години се наблюдава повишаване на дела на репутацията в нетните активи с изключение на 2016 г., когато се наблюдава лек спад с 0,44%. Така очертаните тенденции могат да бъдат съпоставени с резултатите от изследването на EFRAG³⁹⁹ от 2016 г., в което относителният дял на репутацията в нетните активи е доста по-голям (около 29% за периода 2012 -2014 г.), но с ясно очертана тенденция към намаляване след 2009 г. до 2014 г., която е последната година в изследването на EFRAG. От данните за публичните компании у нас се очертава трайна тенденция към увеличение със 72% за периода 2012 – 2016 г., което означава, че репутацията във финансовите отчети на българските предприятия е твърде устойчива. В едно от най-цитираните изследвания в тази област - на Glaum, Landsman и Wyrwa⁴⁰⁰, което обхваща периода 2005 – 2011 г. в 21 страни, прилагащи МСС/МСФО и обхващащо 1358 финансови отчета, средната аритметична стойност на репутацията в стойността на активите е 6,7%, което според авторите е доказателство за „икономическата значимост на този елемент на баланса“, което ни дава основание да считаме, че така получените стойности за извадката са съществени и заслужават повишено внимание и обстойно анализиране. Така например получената средна аритметична стойност от 12,95% за 2016 г. следва да бъде подложена на детайлен анализ, тъй като при този показател се наблюдават сериозни различия между предприятията в Индекса. Ето защо считаме, че е важно да бъде разгледана структурата на това съотношение:

³⁹⁹ EFRAG, What Do We Really Know About Goodwill and Impairment? A Quantitative Study, September, 2016, pp.17-19.

⁴⁰⁰ Glaum, M. etc, Determinants of Goodwill Impairment under IFRS: International Evidence, ver. March 2015, <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна 10.05.2016.

Таблица 4

**Съотношение на репутацията към собствения капитал
за периода 2012-2016 г.**

Код	Предприятие емитент	% съотношение на репутацията към СК				
		2016	2015	2014	2013	2012
3JR	Софарма АД-София	2,01%	2,49%	2,53%	3,10%	3,29%
57B	Булгартабак-холдинг АД-София	14,06%	13,14%	4,02%	4,15%	0,52%
5MB	Монбат АД-София	0,12%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6C4	Химимпорт АД-София	2,06%	2,20%	2,45%	2,48%	2,70%
5F4	ТБ Първа Инвестиционна Банка АД-София	0,08%	0,09%	0,10%	0,10%	0,14%
3CZ	ЧЕЗ Разпределение България АД-София	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6AB	Албена АД-к.к. Албена	3,48%	3,63%	3,80%	4,70%	4,90%
5MH	М+С хидравлик АД-Казанлък	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
0SP	Спиди АД-София	25,58%	23,49%	25,56%	0,00%	0,00%
SO5	Софарма трейдинг АД-София	0,09%	0,09%	0,00%	0,00%	0,00%
6AM	Алкомет АД-Шумен	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
5V2	Холдинг Варна АД-Варна	18,91%	19,92%	19,98%	18,97%	14,66%
4CF	ТБ Централна кооперативна банка АД-София	1,39%	1,55%	1,52%	1,73%	2,11%
3NB	Неохим АД-Димитровград	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
T57	Трейс груп холд АД-София	0,47%	0,41%	0,44%	0,46%	0,55%
5BN	ТБ Българо-Американска Кредитна Банка АД-С	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4EH	Еврохолд България АД-София	164,85%	174,04%	101,69%	102,33%	105,01%
5SR	Стара планина Холд АД-София	0,00%	0,00%	0,00%	0,44%	0,47%
6S6	Софарма имоти АДСИЦ-София	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Средна аритметична стойност:		12,95%	13,39%	9,00%	7,69%	7,46%

От представените данни се вижда, че за някои от предприятията значението на репутацията е твърде ниско - под 3%, а за други – стойностите достигат дори до над 100% от нетните активи, което е показател за важността на репутацията за предприятието като цяло и за външните заинтересовани страни, ползващи информацията от финансовите му отчети.

Беше извършен обстоен преглед на Годишните консолидирани финансови отчети (КФО) на предприятията от извадката и Докладите за дейността им и с цел анализът да бъде сведен до конкретни показатели, позовавайки се на задължителните изисквания за оповестяване, заложен в МСФО 3 и на базата на разгледаните в предходната глава проучвания, формулирахме показатели, които да бъдат обект на анализ.

Считаме, че тяхното оповестяване или не оповестяване може да се приеме от една страна като критерий за изпълнение на изискванията на приложимите стандарти и като лакмус относно склонността на мениджмънта да докладва информация, свързана с отчетената репутация. Формулирани са следните показатели:

- ✓ Посочване на датата на придобиване;
- ✓ Посочване на цената на придобиване;
- ✓ Посочване на метода за оценка на неконтролиращото участие за всяко придобиване;
- ✓ Начин на определяне на справедливата стойност на придобитите нетни активи;
- ✓ Посочване на балансовите и справедливите стойности на придобитите нетни активи;
- ✓ Разпределение на цената на придобиване върху придобитите нетни активи;
- ✓ Качествено описание на факторите, съставляващи репутацията;
- ✓ Наличие на отделна бележка за репутацията във финансовия отчет.

Обобщените данни за посочените показатели по предприятия са представени в табличен вид като всеки показател се оценява по дихотомна скала с „Да“ и „Не“ съответно при изпълнение или неизпълнение на изискванията, заложените в конкретния показател. В случаите, при които през даден период няма новопризната репутация в резултат на нови бизнескомбинации е използван отговор „Не е приложимо“ по отношение на конкретния показател. Четири от предприятията в извадката не са признали репутация във финансовите си отчети през нито един от изследваните отчетни периоди, поради което са изключени от изследването. Максималният брой еднозначни отговори (ДА, НЕ или „Не е приложимо“) е 13 отговора, което съответства на крайния брой предприятия в извадката.

Таблица 5

Показатели за оценка на степента на съответствие при първоначалното признаване (отчитане) на репутацията

Критерий	Посочване на датата на придобиване	Посочване на цената на придобиване	Посочване на метода за оценка на неконтролиращото участие за всяко придобиване	Начин на определяне на справедливостта на придобитите нетни активи	Посочване на балансовите и справедливостите на придобитите нетни активи	Разпределение на цената на придобиване върху придобитите нетни активи	Качествено описание на факторите, съставляващи репутацията	Наличие на отделна бележка за репутацията във финансовия отчет
Предприятие								
Софарма АД	да	да	да*	не	не	не	да	да
Булгартабак-холдинг АД	да	да	не	не	не	не	да	не
Монбат АД-София	не	не	не	не	не	не	не	не
Химимпорт АД	да	да	не	не	не	да	не	да
ТБ ПИБ АД-София	не	не	не*	не	не	не	не	не
ЧЕЗ Разпределение Б-я АД	-	-	-	-	-	-	-	-
Албена АД	не	не	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	не	да
М+С хидравлик АД	-	-	-	-	-	-	-	-
Спиди АД	да	да	Не приложимо	не	да	да	да	да
Софарма трейдинг АД	не	не	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	не	не
Алкомет АД	-	-	-	-	-	-	-	-
Холдинг Варна АД	да	да	не	да	не	не	не	да
ТБ ЦКБ АД	да	да	не	не	не	не	не	да
Неохим АД	-	-	-	-	-	-	-	-
Трейс груп холд АД	да	не	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	Не приложимо	не	да

ТБ Българо-Американска Кредитна Банка АД	-	-	-	-	-	-	-	-
Еврохолд България АД	не	не	не	не	не	не	не	да
Стара планина Холд АД	не	не	не	не	не	не	не	не
ОБЩО:	ДА - 7 НЕ - 6	ДА - 6 НЕ - 7	ДА - 1 НЕ - 8 Не приложимо - 4	ДА - 1 НЕ - 9 Не приложимо - 3	ДА - 1 НЕ - 9 Не приложимо - 3	ДА - 2 НЕ - 8 Не приложимо - 3	ДА - 3 НЕ - 10	ДА - 8 НЕ - 5

Легенда:

Максимален брой еднозначни отговори (ДА, НЕ или Не приложимо) – 13 отговора

*- посочена е информация в параграф „Основни елементи на счетоводната политика“, но не и за отделните бизнескомбинации

Обобщените показатели в табл. 5 позволяват да бъдат направени следните изводи:

- Приемаме, че щом репутацията е със съществена стойност във финансовия отчет на предприятието, то би следвало във финансовия му отчет да фигурира отделна бележка за признатата репутация. В това отношение 61,54% (8 предприятия) от всички предприятия са обособили оповестяването на информацията относно признатата репутация в самостоятелна бележка към финансовия си отчет, а при останалите тя е оповестена заедно с информацията за нематериалните активи на предприятието. Приемаме, че този процент на съответствие е добър, като имаме предвид, че преценката относно вида и структурата на докладване на информацията в приложението към финансовия отчет е изцяло на ръководството на предприятието. На лицевата страна на Отчета за финансовото състояние на едно от предприятията присъства статията „търговска репутация“, но след това в бележките към отчета, които са едва 8 страници, не е оповестена никаква информация, свързана с признатата репутация

- Повече от половината (53,84%) от предприятията в извадката посочват датата, на която са придобили контрол, но твърде значителен е делът на тези, които не са го направили, като в някои случаи е посочена само годината на придобиване на контрола.
- Цената на придобиване, която е съществен елемент на бизнескомбинацията и има пряко отношение към отчетената репутация, е оповестена от 46,15% от предприятията, което е по-малко от половината в извадката. Остава съществен делът на онези предприятия, които, въпреки че са оповестили извършени бизнескомбинации през отчетния период, не са докладвали по изискуемия ред формираната цена при придобиването. Тук следва да се обърне внимание на факта, че в някои случаи цената на придобиване е посочена без да е конкретизирано нейното съдържание – плащане в брой, емитиране на капиталови инструменти, прехвърляне на вземания и т.н.
- Начинът на определяне на справедливата стойност на придобитите нетни активи е посочен едва от едно предприятие, което е оповестило, че е използвало лицензиран оценител, а 9 от предприятията не са оповестили информация в това отношение.
- Важно значение за цялостната оценка на бизнескомбинацията и по отношение на размера на признатата репутация има посочването на балансовите и справедливите стойности на придобитите нетни активи, както и разпределянето на цената на придобиването върху тези нетни активи. Отделното посочване на балансовите и справедливите стойности на придобитите нетни активи дава възможност на ползвателите на информацията да оценят проекциите на мениджмънта за стойността на придобития имуществен комплекс в цялостната бизнес концепция на предприятието. Само едно от 10 предприятия е посочило балансовите и справедливите стойности на придобитите нетни активи, а 2 от 10 предприятия са посочили разпределянето на цената на придобиване върху придобитите нетни активи, но при това оповестяване не става ясно какви са били балансовите стойности на тези активи и дали някои от тях са присъствали в Отчета за финансовото състояние на придобитото предприятие. Последното е твърде съществено според нас,

тъй като в много от проучванията, които разгледахме в глава 2, цената на придобиване се разпределя основно върху репутацията и нови непризнати до момента нематериални активи, които най-често са вътрешно генерирани и чиито потенциал е оценен от придобиващия в бизнескомбинацията. Тези констатации се потвърждават и от оповестената информация във финансовите отчети на изследваните предприятия (Виж т. 1.4.).

- Освен това отчитаме като изключително тревожен факта, че въпреки, че 13 предприятия разкриват, че признават репутация, възникваща в резултат на извършените придобивания, само 3 от тях разкриват качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация. Наличието на такова описание според нас е от изключителна важност при извършването на бъдещи преценки относно наличието на индикации за обезценка на отчетената репутация.
- В резултат на осъществените придобивания се придобива частичен контрол (под 100%), което води до формирането на неконтролиращо участие от гл. т. на предприятието-майка. Въпреки, че пар. 32 от МСФО предписва да се посочи метода за оценка на неконтролиращото участие за всяко осъществено придобиване, резултатите от проучването показват, че само едно от предприятията, осъществили подобни придобивания, е изпълнило това изискване и е оповестило изрично избрания метод макар, че това не е по отношение на всяка отделна бизнескомбинация (Виж КФО на „Софарма“ АД). В бележките към почти всички разгледани финансови отчети, описващи избраната счетоводна политика по отношение на отделните обекти на отчитане, съществува параграф, в който се посочва, че неконтролиращото участие може да бъде оценено по един от двата метода, но когато се оповестяват данни за конкретна бизнескомбинация посочването на конкретно избран метод отсъства. Въпреки това, анализирайки представената информация в КФО, може да се направи извода, че всички предприятия от извадката, в чиито финансови отчети е налице неконтролиращо участие, са приложили препоръчителния метод за неговото оценяване, а именно – по пропорционалния дял на съществуващите инструменти на

собственост в признатите стойности на разграничимите нетни активи на придобиваното предприятие.

Извършеният анализ разкрива някои по-важни тенденции, при първоначалното признаване и оценяване на репутацията във финансовите отчети на базата на посочените от нас критерии. Обобщената картина, макар и на базата само на предприятията от извадката, показва ниско ниво на съответствие при разкриването на информацията, което е в унисон с проведени изследвания в световен мащаб. Този факт ни мотивира да търсим по-детайлна картина и конкретни практики при първоначалното признаване и оценяване на репутацията във финансовите отчети на предприятията от извадката.

1.4. Изследване на конкретни практики при първоначално признаване и оценяване на репутацията.

Посочените резултати и извършеният анализ в т.1.3. представят основните тенденции при първоначалното признаване и оценяване на репутацията, но начинът, по който са изведени, не ни позволява да навлезем в детайли в процеса на формиране, оценка и докладване на репутацията. Поради тази причина считаме, че анализът би бил още по-пълнен, ако бъдат разкрити и описани някои конкретни практики при първоначално признаване и оценяване на репутацията. Резултатите от изследването на съотношението „Репутация към Собствен капитал“ за предприятията в извадката ни дават основание да предположим, че подробни оповестителни бележки към финансовия отчет по отношение на репутацията биха изготвили предприятията, за които нейните размери са съществени. По този начин считаме, че може да ограничим описанието на конкретните практики (т.нар. case study) при първоначалното признаване на репутацията до следните предприятия, при които размерът на репутацията е над 3% от стойността на нетните им активи:

- Софарма АД – София
- Булгартабак холдинг АД – София
- Химимпорт АД – София
- Спида АД – София
- Холдинг Варна АД – Варна
- Еврохолд България АД – София

В хода на анализа са идентифицирани и систематизирани основните моменти и характерни особености във връзка с първоначалното признаване и оценяване на репутацията в практиките на посочените шест публични дружества, които са обобщени и представени в табличен вид (табл. 6).

Таблица 6

Характерни особености при първоначалното признаване на репутацията от разгледаните примери

Критерии Предприятие	Оповестени качествени характеристики на репутацията	Относителен дял на репутацията към цената на придобиване	Новопризнатите активи след бизнескомбинацията	Метод за оценка на неконтролиращото участие
Софарма АД	Представеното описание е твърде общо	Около 6-7% от цената на придобиване. В някои случаи достига 32 – 49%.	Новопризнати нематериални активи, оценени на стойност над 10 млн. лв.	Пропорционален дял в стойността на придобитите нетни активи
Булгартабак Холдинг АД	Репутацията се отнася до <u>по-добрите резултати (бъдещи печалби)</u> , очаквани от обединяването на Дружеството със съществуващия бизнес на Групата в резултат на <u>навлизане на нови пазари и разширяване на производствените мощности</u>	При някои придобивания достига до над 50% до 99% от цената на придобиване	Основно нематериални активи	*Не се посочва за всички сделки * когато е посочено -пропорционален дял в стойността на придобитите нетни активи
Еврохолд АД	Липсва информация	Липсва информация	Липсва информация	Липсва информация за всяка отделна сделка

Спиди АД	Представеното описание е твърде общо	Между 35 и 52% от цената на придобиване	Новопризнати нематериални активи на стойност 2 526 хил. лв. (над 30% от цената на придобиване)	Липсва информация за всяка отделна сделка
Химимпорт АД	Липсва информация	В много случаи ЦП съвпада със стойността на придобитите нетни активи	Липсва детайлна информация като не е изяснен характера на новопризнатите активи	Липсва информация за всяка отделна сделка
Холдинг Варна АД	* Оповестено е само за една сделка - очакванията за растеж и бъдеща рентабилност, със значителните умения и опит на персонала на придобитото дружество, както и с очакваното намаление на разходите	*В много случаи ЦП съвпада със стойността на придобитите нетни активи *При някои придобивания достига до 70% от цената на придобиване	Липсва детайлна информация като не е изяснен характера на новопризнатите активи	Липсва информация за всяка отделна сделка

Източник: Публикувани КФО на предприятията за изследвания период, виж: <http://www.bse-sofia.bg/> и www.brra.bg

С цел разкриване на съществени особености в практиката на отделните предприятия анализът е систематизиран по предприятия и подкрепен с данни за конкретни сделки и ефекта им по отношение на признатата репутация във финансовия отчет.

Софарма АД

Размерът на признатата репутация във финансовия отчет на предприятието е относително постоянна величина като липсват значителни промени през разглеждания период.

Таблица 7

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
Репутация в хил. лв.	9885	11375	10918	12843	12917
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	2,16%	2,80%	2,94%	3,57%	3,72%

Характерните особености за разглежданото предприятие са:

- високата стойност на новопризнатите нематериални активи;
- сравнително високия дял на репутацията в цената на придобиване;
- осигуряването на контрол при придобиване на под 50% от капитала на определени предприятия;
- липсата на оповестявания по отношение на качествените характеристики на отчетената репутация;

По отношение на новопризнатите активи прави впечатление, че се наблюдават различия само по отношение на справедливата и балансовата стойност на нематериалните активи. През 2016 г. и 2015 г. са признати в резултат на придобиванията нематериални активи със справедлива стойност 10 647 хил. лв. за 2016 г. и 11 929 хил. лв. за 2015 г. докато балансовата стойност на същите е едва 4 хил. лв. 2016 г и съответно 448 хил. лв. за 2015 г.

През 2015 година:

	<i>справедлива стойност BGN'000</i>	<i>балансова стойност BGN'000</i>
Имоти, машини и съоръжения (<i>Приложение № 16</i>)	17,461	16,703
Нематериални активи (<i>Приложение № 17</i>)	11,929	448
Материални запаси	8,711	8,711
Други вземания и активи	11,700	11,700
Парични средства и парични еквиваленти	1,695	1,695
Заеми	(5,319)	(5,318)
Търговски задължения	(2,258)	(2,258)
Други текущи задължения	(4,232)	(2,412)
Общо нетни активи	39,687	29,269

През 2016 година:

	<i>справедлива стойност BGN'000</i>	<i>балансова стойност BGN'000</i>
Имоти, машини и съоръжения (<i>Приложение № 16</i>)	4,788	4,786
Нематериални активи (<i>Приложение № 17</i>)	10,647	4
Материални запаси	1,536	1,536
Други вземания и активи	1,329	1,329
Парични средства и парични еквиваленти	439	439
Заеми	(1,328)	(1,328)
Търговски задължения	(670)	(670)
Други текущи задължения	(2,757)	(1,215)
Общо нетни активи	13,984	4,881

Фиг.12 – извадка от КФО за 2015 и 2016 г.

През 2013 г. стойността на признатите при придобиванията нематериални активи е била увеличена от 1 хил. лв. на 4 363 хил. лв., т.е. с 4 362 хил. лв. в резултат на новопризнати нематериални активи, които са характерни за производителите във фармацевтичния отрасъл по принцип, но в случая основният предмет на дейност на придобитите предприятия е „търговия на едро и дребно с лекарствени продукти и други медицински изделия“, както е посочено в бележките към финансовия отчет за 2013 г.

По отношение на възникналата репутация следва да се отбележи, че през последния отчетен период (2016 г.) предприятието е осъществило 3 придобивания като в резултат е призната репутация в размер на 106 хил. лв. и печалба от изгодни покупки в размер на 241 хил. лв. Осъществено е придобиване на „Вета Фарма“ АД като в резултат е придобито участие в размер на 68,05% от общата стойност на нетните активи в размер на 9469 хил. лв. Платената цена на придобиване е 6549 хил. лв. за придобити нетни активи със справедлива стойност 6443 хил. лв. ($9469 \text{ хил. лв.} \times 68,05\%$), което води до формиране на репутация в размер на 106 хил. лв. През 2015 г. са осъществени седем придобивания и е възникнала репутация на стойност 1533 хил. лв., което представлява около 6% от общата цена на придобиване, като за отделни сделки стойността на репутацията възлиза на 34% от платената цена при придобиването на ООО Дана фарм, 32% при придобиването на ООО Галена фарм и достига до 49% при придобиването на ООО Фарматея.

В резултат на сделките, осъществени през 2013 г. сделки е призната репутация в размер на 271 хил. лв., която сравнена с цената на придобиване 1 761 хил. лв. представлява 15,39%. Изхождайки от предмета на дейност на придобитите предприятия, обосновано може да се предположи, че формираната репутация би могла да се свърже именно с търговската дейност на придобитите бизнеси, макар че според оповестената информация тези, които са отговаряли на критериите за признаване са били оценени вече при признаването на нови нематериални активи и при анализа си следва да изключим капитализираните в резултат на осъществени бизнескомбинации търговски марки, както и другите нематериални активи, които включват основно придобити при бизнескомбинации ексклузивни договори с контрагенти, лицензии и дистрибуторска мрежа.

Разгледаните две характерни особености потвърждават резултатите от различни изследвания, че *значителна част от платената цена за придобиването се разпределя между новопризнати нематериални активи и/или репутация* от сделката. Макар, че е посочен източникът на формираната репутация в бележките към КФО, липсва информация относно качествените параметри на формираната репутация. Ето защо считаме, че формираната репутация следва да се разглежда или като

резултат от конкурентни предимства, които не могат да бъдат отделно признати като нематериални активи (пазарен дял, монополно положение на даден пазар или пазарен сегмент, мениджмънт, изпълнителен екип и организационна структура, които са изградени и т.н.), или като съзнателно разпределяне на част от стойността на съществуващи нематериални активи върху формираната репутация с цел намаляване на бъдещи разходи за амортизации и избягване на намаляването на доходността след придобиването, или като грешка при определянето на цената на придобиване, което би се разкрило при последващото тестване за обезценка на признатата репутация.

Третата особеност е свързана с *осигуряването на контрол чрез придобиване на участия под 50%* от капитала от страна на Софарма АД. Обект на изследване са две сделки по придобиване, осъществени през 2016 г. Контролът в двете новопридобити дъщерни дружества се осигурява посредством дъщерното на Софарма АД дружество СИА Бриз - Латвия, което придобива съответно 48,94% в ООО Мобиллайн - Беларус и 48,74% в ОДО Салюслайн – Беларус като резултатът от сделките е отчетена печалба от изгодни покупки в размер на 241 хил. лв.. Подобни сделки не са изключение от дейността на предприятието, тъй като през 2015 г. са налице 4 сделки, при които се признава дъщерно предприятие при придобиване на 48% от капитала Независимо, че Софарма АД притежава по-малко от половината от капитала на посочените дружества, те са включени в консолидирания отчет като дъщерни, без обаче да е посочено обстоятелството, което налага този им статут. Той най-вероятно произтича от придобити повече от половината права на глас, което осигурява на дружеството възможността да упражнява фактически контрол върху решенията на придобитите предприятия. Това налага подобни случаи да бъдат предмет на изрично оповестяване, тъй като на практика разкриват съществен елемент от съществената бизнескомбинация и биха показали начините, по които предприятието си осигурява контрол по смисъла на приложимия МСФО 10. Изискването за оповестяване на мотивите за включване в консолидацията считаме, че са необходими и поради факта, че такива случаи не са единични в практиката на анализираното предприятие и влияят върху размера на признатата репутация.

Еврохолд България АД

Таблица 8

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.
Репутация в хил. лв.	189 999	189 989	190 791	190 791	190 791	190 791
Относителен дял на репутацията от стойността на активите	17%	19%	24%	28%	28%	30%
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	240%	207%	111%	102%	105%	97%

Характерни особености за разгледаното предприятие се свеждат до:

- висок относителен дял на признатата репутация спрямо собствения капитал;
- липсата на оповестяване на качествените характеристики на репутацията, както и на причините за нейното възникване;

По отношение на *относителния дял* на репутацията може да се отбележи, че стойността на признатата в КФО репутация за периода 2011–2016 г. остава почти непроменена. Въпреки това относителният дял на репутацията в стойността на активите остава съществен през целия разглеждан период (между 17 и 30%), както и относителния дял на репутацията спрямо нетните активи (собствения капитал) на дружеството. Стойностите на втория показател са изключително високи и застрашават, при евентуални признати обезценки на репутацията, дружеството да се декапитализира.

По отношение на качествените характеристики на репутацията дружеството е възприело информацията относно признатата в КФО репутация да се оповестява в отделна бележка към отчета, но следва да отбележим, че въпреки значителните стойности на репутацията в бележка 34 – 36 (през различните отчетни периоди) не може да се открие достатъчно информация за възникването на репутацията като: датата на осъществената бизнескомбинация, платената цена на придобиване, стойността на придобитите разграничими нетни активи, формираната репутация / печалба от изгодна покупка, качествените характеристики

на формираната репутация и т.н. Така например оповестяванията в КФО за 2016 г. имат следния вид:

33. Търговска репутация

	31.12.2016	31.12.2015
	ХИЛ. ЛВ.	ХИЛ. ЛВ.
Евроинс Иншурънс Груп АД	164 664	164 664
Мотобул ЕООД	12 538	12 538
Булвария Варна ЕООД	5 591	5 591
Дару Кар ООД	1 461	1 461
Евролийз Груп ЕАД	1 803	1 803
Евролийз Рент-а-Кар ЕООД	1 312	1 312
София Моторс ЕООД	10	-
Евро-Финанс АД	2 620	2 620
	189 999	189 989

Фиг. 13 – Извадка от КФО за 2016 г.

Този формат за оповестяване е използван през всеки от изследваните отчетни периоди. От него става ясно, че 86% от признатата репутация е във връзка с консолидирането на дъщерното „Евроинс Иншурънс Груп“ АД. Не е посочена годината на възникване на репутацията в нито един от отчетите за периода, както и от какво произтича (качествените ѝ характеристики) въпреки значителната ѝ стойност.

Липсата на каквато и да е информация относно оповестената репутация насочи анализа към репутацията от консолидирането на „Евроинс Иншурънс Груп“ АД, тъй като тя е с най-висок размер. КФО за 2016 г. на „Евроинс Иншурънс Груп“ АД стойността на репутацията има следната структура:

25.1 Репутация

	Към 31.12.2015	Към 31.12.2015
„ЗД Евроинс“ АД	101,395	101,395
„Евроинс - Здравно осигуряване“ АД	186	186
„Евроинс Румъния Застраховане-Презастраховане“ АД	52,715	52,715
„Евроинс Осигуряване“ АД, Скопие	10,368	10,368
Общо	164,664	164,664

Фиг. 14 – Извадка от КФО за 2016 г.

Така признатата репутация представлява 18% от стойността на активите и 62% от стойността на собствения капитал на предприятието през 2016 г. и съответно 21% и 106% за 2015 г., което отново прави размерът ѝ съществен и важен при анализа на КФО на предприятието. След обстойно проучване стана ясно, че призната репутация е в резултат на осъществени бизнескомбинации още през 2007 и 2008 г. и стойността ѝ не се е променяла през изминалите 9 години. Конкретни данни са представени в следната таблица (извадка от ГФО за 2008 г.):

25. Репутация

В хиляди лева

	2008		2007	
	Преди обезценка	Обезценка	След обезценка	Неодитирана
„ЗД Евроинс“ АД	104 519	(3 124)	101 395	98 164
„Евроинс – Здравно осигуряване“ АД	186		186	36
„Евроинс Румъния Застраховане Презастраховане“ АД	52 715		52 715	
„Евроинс Осигуряване Скопие“ АД	10 935	(567)	10 368	
Общо търговска репутация	168 355	(3 691)	164 664	98 200

Фиг. 14 – Извадка от КФО за 2008 г.

От бележките към финансовия отчет може да се направи извода, че през 2008 г. „Евроинс Иншурънс Груп“ АД придобива 85,54% от капитала на „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ АД като стойността на придобитите нетни активи възлиза на 14 139 хил. лв. Друга бизнескомбинация, осъществена през 2008 г. е свързана с придобиването на контрол чрез придобиването на 91,39% от капитала на „Евроинс Осигуряване Скопие“ АД като преди 2008 г. „Евроинс Иншурънс Груп“ АД не притежава участия в капитала и на двете предприятия.

Най-съществената стойност на признатата репутация от „Евроинс Иншурънс Груп“ АД е в резултат на придобиването на ЗД „Евроинс“ АД и „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ АД. От посочените от нас данни в последната таблица се вижда, че този размер е най-съществен през 2007 и 2008 г. като след края на 2008 г. репутацията е в размер на 101 395 хил. лв. и съответно 52 715 хил. лв., а

нарастването през 2008 спрямо 2007 г. при ЗД „Евроинс“ АД се дължи на увеличаване на участието в капитала от 68% на 74,61%.

Интересен е фактът, че според бележките към КФО за 2008 г. *„дружеството е признало репутация в резултат на извършени бизнескомбинации с предприятия под общ контрол“* (тук са визираны дружествата ЗД „Евроинс“ АД, „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ АД и „Евроинс – Здравно Осигуряване“ АД). Независимо от посочената информация за осъществени бизнескомбинации под общ контрол в отделна бележка към КФО е дадено пояснение за процентното участие в капитала на дъщерните предприятия, от което е видно, че участие в капитала на „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ АД преди 2008 г. не съществува, т.е. може да се направи извода, че към датата на бизнескомбинацията предприятията не са били под общ контрол и в резултат на сделката е възможно да се приложи методът на покупката и да възникне репутация. Същото важи и за репутацията, призната във връзка с придобиването на предприятието от Македония. Така на практика в две различни бележки към КФО е оповестена различна и противоречива информация. Подобни противоречиви оповестявания силно затрудняват и объркват потребителите на информация от финансовите отчети и понякога дори правят анализите им невъзможни.

В обобщение считаме, че както крайното предприятие-майка – „Еврохолд България“ АД, така и междинното предприятие-майка – „Евроинс Иншурънс Груп“ АД не оповестяват достатъчно като обем и качествена информация по отношение на първоначално признатата във финансовите им отчети репутация. Макар в КФО на междинната майка да има отделни оповестявания, те далеч не отговарят на минималните изисквания според МСФО 3. Липсва информация за цената на придобиване (която е платена в предходния отчетен период – 2007 г. и подлежи на оповестяване), стойността на придобитите нетни активи, формираната репутация и качествените ѝ характеристики. Освен това не считаме за приемливо в КФО на крайното предприятие-майка да бъдат оповестени само и единствено стойности без никакво обяснение към тях. По този начин сме ограничени при провеждането на бъдещ анализ за разпределението на цената на придобиване върху придобитите нетни активи и репутацията.

Булгартабак холдинг АД – София

Таблица 9

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
Репутация в хил. лв.	44188	43919	15670	14976	1921
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	14%	13%	4%	4,2%	0,53%

Характерните особености за разглежданото предприятие се свеждат до:

- нарастващ относителен дял на признатата репутация спрямо собствения капитал в рамките на разглеждания период;
- наличието на оповестяване на качествените характеристики на репутацията;
- придобивания, при които репутацията е със съществени размери по отношение на цената на придобиване;

От данните в таблицата може ясно да бъде очертана тенденцията към **нарастване на абсолютната стойност на признатата репутация** във КФО на Групата като за периода 2012 – 2016 г. стойността ѝ се е увеличила 23 пъти. Ръст бележи и относителният дял на репутацията спрямо стойността на активите и спрямо собствения капитал като последният показател достига до 14% през последните два отчетни периода. Тези факти дават основание да се посочи, че репутацията е съществено перо във финансовия отчет на Групата Булгартабак. Първият значителен ръст на репутацията се наблюдава през 2013 г., когато тя нараства с 8 пъти спрямо предходния отчетен период до 14 976 хил. лв. Този ръст се дължи на придобиването през 2013 г. на контрол над „Fabrika Duvana“ АД, гр. Баня Лука в Република Сръбска, Босна и Херцеговина чрез дъщерното си предприятие „Благоевград БТ“ АД. Следващото по-значително увеличение на стойността на репутацията е през 2015 г., когато размерът ѝ се увеличава близо 3 пъти в сравнение с предходния отчетен период. Тези стойности са резултат от осъществена бизнескомбинация, при която през месец май 2015 г. „Булгартабак Холдинг“ АД, чрез дъщерните дружества „София БТ“ АД и „Благоевград – БТ“ АД придобива общо 66% от дяловете в дружеството „Баранко“ ООД.

Извършеният анализ показва, че „Булгартабак Холдинг“ АД е едно от малкото предприятия, които *оповестяват качествените характеристики* на отчетената репутация. Така например в резултат на осъществената бизнескомбинация и поемането на контрол над „Фабрика Дувана“ АД се счита, че „Булгартабак Холдинг“ АД *„ще си осигури допълнителни конкурентни предимства на СЕФТА пазарите“*. Оповестено е също така, че придобитата репутация *„се отнася до по-добрите резултати очаквани от обединяването на Дружеството със съществуващия бизнес на Групата в резултат на навлизане на нови пазари и разширяване на производствените мощности“*. От посочените бележки може да се установи, че репутацията се свързва с възникване на нематериални преимущества за придобиващия, които не могат да бъдат класифицирани като отделни разграничими активи като се залага на синергичния ефект, който се очаква да доведе до реализирането на по-добри резултати.

По-различно описание на репутацията е дадено при придобиването на „Баранко“ ООД, при което от „Булгартабак Холдинг“ АД приемат, че признатата репутация *„се отнася до бъдещи печалби, които Групата очаква да реализира чрез инвестицията на Баранко ООД в Юрий Гагарин АД“* (курсивът мой – Ат.Ат.), т.е. възникналата репутация в сделката е израз на бъдещи очаквания за печалби, но от една инвестиция на придобитото предприятие. Според нас като основна цел на придобиването може да се определи – разширяване на дейността чрез придобиване на съпътстващи производства, реализиране на икономии и др. или т.нар. вертикално комбиниране. Ето защо считаме, че привидно е дадено описание на качествените характеристики на репутацията, но в съдържателен аспект такова описание липсва, тъй като считаме, че следва да се посочат преимуществата, за които е платена тази репутация и които произтичат от дейността на „Юрий Гагарин“ АД и именно те да бъдат обект на бъдещо наблюдение като индикатори за наличие на намаляване на стойността на признатата репутация. Въпреки лаконичния текст може да посочим, че мениджмънтът на „Булгартабак холдинг“ АД отново вижда в репутацията възможности за бъдещи добавъчни печалби, подобно на сделката от 2013 г. По същество тази формулировка много се доближава до теорията за свръх печалбите, чрез която се обяснява същността на репутацията и която

беше разгледана в предходната част на дисертационния труд, което пък означава, че тя не е лишена от смисъл, след като и съвременните мениджъри се уповават на нея.

Кратка справка за движението на цените на акциите на „Юрий Гагарин“ АД показва, че две години след осъществяване на сделката по придобиване, средно-претеглената цена на акциите на дружеството остава относително постоянна (37,36 лв. за 2015 г. и 38,91 лв. за 2016 г.), но доходността на една акция от 0,54 лв. през 2014 г. (годината преди придобиването) бележи растеж до 5,11 лв. през 2015 г. и 6,23 лв. за 2016 година, което дава частичен отговор на въпроса защо е била платена премията при придобиването на „Баранко“ ООД.

Третата характерна особеност са *придобивания, при които се формират съществени по размер репутации*. Първата подобна сделка е реализиран през 2013 г. при придобиването през 2013 г. на контрол над „Fabrika Duvana“ АД. Параметрите на сделката са описани в бележките към КФО за 2013 г. като е посочено, че общата стойност на прехвърленото възнаграждение за придобития контрол възлиза на 6 288 хил. лв. В резултат на сделката са придобити разграничими нетни активи с отрицателна стойност (минус 12 678 хил. лв.), което е резултат от високия размер на съществуващите задължения на придобитото предприятие. Репутацията, която възниква, е в размер на 14 976 хил. лв. Освен това е посочена само оценката по справедлива стойност на придобитите разграничими активи без посочването на балансовите им стойности, поради което няма как да бъде анализирана промяната в стойността на придобитите разграничими активи и възникването на нови такива в резултат на бизнескомбинацията.

Следващото по-значително увеличение на стойността на репутацията е през 2015 г., когато размерът ѝ се увеличава близо 3 пъти в сравнение с предходния отчетен период. Тези стойности са резултат от осъществена бизнескомбинация, при която през месец май 2015 г. „Булгартабак Холдинг“ АД, чрез дъщерните дружества „София БТ“ АД и „Благоевград – БТ“ АД придобива общо 66% от дяловете в дружеството „Баранко“ ООД. Крайната цел на придобиването на „Баранко“ ООД всъщност е придобиването на предприятието „Юрий Гагарин“ АД, в което „Баранко“ ООД има участие в размер на 49% и в което „Булгартабак Холдинг“ АД си осигурява фактически 31,63%

от капитала⁴⁰¹. Тази сделка представлява интерес и поради факта, че отчетената репутация представлява на практика 99% от цената на придобиване. Цената на придобиване при сделката с „Баранко“ ООД включва два елемента: плащане на парични средства и прехвърляне на вземания, които са оценени към датата на придобиването по справедлива стойност според изискванията на приложимия МСФО 3, общо на стойност 66 942 хил. лв.

В бележките към КФО за 2015 г. е посочена таблица, която обобщава данните за стойностите на признатите активи и поетите задължения към датата на бизнескомбинацията, от която се вижда и размерът на придобитите разграничими нетни активи, а именно 1 125 хил. лв.

	31.05.2015
	BGN ,000
Инвестиции в асоциирани предприятия	20,250
Търговски и други задължения	(19,075)
Други текущи задължения	(50)
Общо придобити разграничими нетни активи	1,125

Фиг. 15 – Извадка от КФО за 2015 г.

Очевидна е огромната разлика между платената от инвеститора цена и стойността на придобитите нетни активи и предвид факта, че неконтролиращото участие е оценено по пропорционалния дял на нетните активи на придобитото предприятие, то репутацията, която ще възникне в резултат на осъществената бизнескомбинация почти се изравнява с формираното възнаграждение по сделката (**99% от платената цена**).

Конкретните данни за формираната репутация могат да бъдат представени по следния начин (извадка от КФО за 2015 г.):

⁴⁰¹ „Баранко“ ООД притежава 49% от капитала на „Юрий Гагарин“ АД, а „Булгартабак холдинг“ АД от своя страна притежава 64,55% от капитала на „Баранко“ ООД посредством „Благоевград БТ“ АД и „София БТ“ АД, което прави участието на „Булгартабак Холдинг“ АД в „Юрий Гагарин“ АД равно на 31,63%.

31.05.2015	
BGN ,000	
Общо прехвърлени възнаграждения	66, 942
Неконтролиращо участие, отчетено пропорционално на активите и пасивите на придобитото предприятие	399
Справедлива стойност на разграничими нетни активи	(1, 125)
Репутация	66, 216

Фиг. 16 – Извадка от КФО за 2015 г.

В следствие на извършен обективен анализ на представените данни съвсем логично би възникнал въпросът: За какво плаща инвеститорът всъщност в тази сделка? От представените данни е очевидно, че инвеститорите („Благодеевград БТ“ АД и „София БТ“ АД) не придобиват някакъв огромен комплекс от съществуващи разграничими материални и нематериални активи на „Баранко“ ООД, както и не са налице обичайните за подобни сделки нововъзникващи разграничими нематериални активи, които преди сделката не са намерили оценка във финансовия отчет на придобиваното предприятие. В случая обект на придобиване е инвестицията на „Баранко“ ООД в асоциираното му предприятие „Юрий Гагарин“ ООД (публично дружество) като нейната справедлива оценка не се различава от тази, посочена в ГФО на „Баранко“ ООД за 2014 и 2015 г.⁴⁰² Предметът на дейност на „Юрий Гагарин“ АД е производство на филтри за цигари и многоцветни опаковки от хартия и картон, което обяснява интересът на „Булгартабак Холдинг“ АД към предприятието, тъй като основният предмет на дейност на „Благодеевград БТ“ АД и „София БТ“ АД е производство на цигари. Така в резултат на придобиването може да се реализират част от мотивите за бизнескомбинацията, а именно – разширяване на дейността чрез придобиване на съпътстващи производства, реализиране на икономии и др. или т.нар. вертикално комбиниране.

Химимпорт АД – София

Таблица 10

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
Репутация в хил. лв.	33042	33317	38296	37766	39416
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	2,06%	2,20%	2,45%	2,48%	2,70%

⁴⁰² Виж ГФО на „Баранко“ ООД за 2014 и 2015 г., www.brpa.bg/spravki.

Характерните особености за разгледаното предприятие се свеждат до:

- липсата на оповестяване на качествените характеристики на репутацията;
- придобивания, при които не възниква нито репутацията, нито печалба от изгодна покупка;
- сделки по придобиване между предприятия под общ контрол.

Подробният анализ на финансовите отчети за разглеждания период показва трайна тенденция в практиката на дружеството да не оповестява **качествените характеристики на признатата репутация** при нито едно от осъществените придобивания.

Друга характерна особеност от дейността на предприятието са осъществени няколко придобивания, при които **цената на придобиване точно съвпада със справедливата стойност на придобитите нетни активи**. Тук могат да се посочат две сделки по придобиване на контрол, осъществени през 2014 г. като е придобит контрол над дружество ОАО „СК Итил Армеец“ със седалище в гр. Казан, Руска федерация чрез покупка на 100% (преизчислени 96.34%) от собствения му капитал и правата на глас в дружеството и придобиване на контрол над „Техно Капитал“ АД чрез покупка на акции от мажоритарния му собственик, в резултат на което притежава 88.90% от собствения му капитал и правата на глас в дружеството. Характерно и за двете сделки е, че не възниква нито репутация, нито печалба от изгодна покупка, т.е. цената на придобиване точно съвпада със стойността на придобитите разграничими нетни активи. Подобно е положението през същата 2014 г., когато „Химимпорт“ АД придобива контрол над „Техноимпекс 98“ АД, влято в дъщерното му „Техноимпекс“ АД през същата 2014 г., в резултат на което притежава 88,90% от собствения му капитал и правата на глас в дружеството като формираният резултат от придобиването (репутация/печалба) е равен на нула. Същият подход е използван от предприятието и през 2013 г., когато е придобит контрол над „Еърпорт Консул“ ООД със седалище в гр. София, България чрез покупка на дялове на дружеството, в резултат на което притежава 100% от капитала на дружеството. Общата цена на придобиване възлиза на 2 738 хил. лв. като при разпределението на покупната цена към придобитите активи и пасиви на придобитото предприятие отново не е възникнала нито

репутация, нито печалба от изгодна покупка.

Третата особеност е наличието на **сделки по придобиване между предприятия под общ контрол**, при които е отчетена репутация. Първата голяма сделка е осъществена през 2012 г., когато между две от дъщерните дружества от икономическата група на „Химимпорт“ АД е извършено преобразуване чрез вливане. „Зърнени храни България“ АД става универсален правоприменник на активите и пасивите на преобразуващото се дружество „Химимпорт Груп“ ЕАД. Посочено е, че *„целта на извършеното вливане е да се подобрят позициите на Зърнени храни България АД, като най-голямото дружество в бранша със значителен потенциал за бъдещо развитие“*. Друга основна цел е преобразуване на бизнес модела на Зърнени храни България АД, чрез който да се създаде холдингова структура, посредством която ще се осъществи планирано обособяване на търговската дейност на дружеството в отделни бизнес единици. Никъде в бележките към КФО не става ясно, че тази бизнескомбинация е между предприятия под общ контрол, тъй като крайният собственик е „Химимпорт“ АД, каквато считаме че е налице и споделяме становището на Филипова и Тодорова по този казус.⁴⁰³ Считаме, че тази сделка е от изключителна важност, защото в резултат на осъществяването ѝ настъпва промяна в контролиращото участие в 16 от дъщерните дружества за Групата Химимпорт. За осъществената бизнескомбинация в отчета на „Химимпорт“ АД информацията е твърде лаконична. В КФО на „Зърнени храни“ АД е призната репутация от вливането в размер на 22 млн. лв., т.е. приемашото дружество прилага методът на покупката в консолидирания си финансов отчет, а от индивидуалния отчет на предприятието сделката по вливането на предприятието-майка „Химимпорт Груп“ ЕАД е представена в твърде повествователен и объркващ вид като не става ясно кой е приложеният счетоводен метод за представяне на сделката и т.н.

Представената информация относно признатата репутация в КФО на „Зърнени храни“ АД за 2012 г. в бел.б е следната (извадка от КФО за 2012 г.):

⁴⁰³ Филипова, Ф., Тодорова, С., Цит. Съч., бр.4, 2015, с. 14.

	2012 ‘000 лв.	2011 ‘000 лв.
Брутна балансова стойност		
Салдо към 1 януари	12 792	17 429
Промяна в репутацията в резултат на бизнескомбинация	!!! 22 224	(4 637)
Салдо към 31 декември	35 016	12 792
Натрупана обезценка		
Салдо към 1 януари	(1 154)	(516)
Отписана репутация през периода	(287)	(638)
Салдо към 31 декември	(1 441)	(1 154)
Балансова стойност към 31 декември	33 575	11 638

Фиг. 17 – Извадка от КФО за 2012 г.

От представената информация се вижда, че през отчетния период е призната **репутация в размер на 22 224 хил. лв.** и тъй като няма посочени други придобивания през периода, от които да е възникнала, то тази репутация приемаме, че е в резултат на вливането на „Химимпорт Груп“ ЕАД. Информацията, представена в Консолидирания отчет за финансовото състояние за 2012 г. също показва увеличение на размера на репутацията с подобна сума. В бел. 5.2.1 към същия отчет обаче е показано, че в резултат на сделката е възникнала **печалба в размер на 21 861 хил. лв.**, която е кумулативен резултат от призната репутация в резултат на придобиването в размер на 22 224 хил. лв. и загуба в размер на 363 хил. лв.

	‘000 лв.
Увеличение на капитала, нетно	40 987
Неконтролиращо участие оценено пропорционално на дела в признатите стойности на активите и пасивите на придобиваното дружество	58 082
Поети пасиви в резултат на вливане	(5 663)
Справедлива стойност на придобитите разграничими нетни активи	(71 545)
Печалба !!!	21 861

Фиг. 18 – Извадка от КФО за 2012 г.

Предполагаме, че така оповестената печалба в бел. 5.2.1. следва да намери място в Консолидирания отчет за всеобхватния доход, но така-

ва не е призната. Така на едно място в приложението към отчета резултатът от сделката е представен като репутация, а на друго - като печалба. Липсва и детайлна информация относно справедливите стойности на придобитите разграничими нетни активи. Посочена е балансовата стойност на групите активи, но справедливата им стойност е посочена общо 71 545 хил. лв. Този начин на докладване на информацията не позволява да анализираме разпределянето на цената на сделката между отделните групи активи и промяната на техните стойности, което пък има отношение към размера на признатата репутация.

Втората сделка, която ще разгледаме е вливането на „Техноимпекс 98“ АД в „Техноимпекс“ АД, която е оповестена в ГФО на придобиващия като бизнескомбинация, но не е посочено, че тя е реализирана между предприятия под общ контрол. Считаме, че извършеното вливане следва да се разглежда като бизнескомбинация под общия контрол с характер на обратно придобиване като на практика предприятието-майка се влива в дъщерното си предприятие. При разпределянето на цената на придобиването между справедлива стойност на придобитите разграничими нетни активи при посоченото придобиване следва да се обърне внимание на обстоятелството, че в резултат на придобиването в КФО на „Химимпорт“ АД е призната по справедлива стойност репутация в размер на 1 472 хил. лв., но това не е репутация, възникнала в резултат на придобиването на „Техноимпекс 98“ АД, тъй като резултатът от тази бизнескомбинация както беше посочено е нулев, а възниква в резултат на предходна сделка по преобразуване чрез вливане от 24.02.2014 г., при която „Техноимпекс 98“ АД се влива в „Техноимпекс“ АД като се прекратява без ликвидация. Това на практика означава, че „Химимпорт“ АД е приело, че репутацията, отчетена при вливането на „Техноимпекс 98“ АД, може да носи икономическа изгода и е извършило справедлива оценка същата макар, че във финансовия отчет на придобиващото „Техноимпекс“ АД не са посочени характеристиките на тази репутация и от какво произтича. В тази връзка придобиващият следва да оповести възприетия счетоводен метод за отразяване на бизнескомбинацията под общ контрол и мотива за признаването на репутация от сделката, която де-факто е посочена просто като оценка на справедливите стойности на придобитите активи без нея да са възпълнени основните характеристики на репутацията като

актив. Всички тези обстоятелства водят до затруднения при анализа на информацията, свързана с отчитането и ефектите от извършената бизнескомбинация, което отново потвърждава тезата на Филипова и Тодорова,⁴⁰⁴ че акцентът при регламентирането от страна на БМСС на отчитането на този специфичен вид сделки, следва да бъде поставен върху оповестяването във финансовите отчети.

Спиди АД – София

Таблица 11

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
Репутация в хил. лв.	11440	10360	10360	0	0
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	25,58%	23,49%	25,56%	0	0

„Спиди“ АД е публично дружество считано от 12.11.2012 г. и в своя консолидиран отчет включва следните дъщерни предприятия: „Спиди“ ЕООД, „Геопост България“ ЕООД и „Дайнамик Парсъл Дистрибушън“ С.А. – Румъния.

Репутацията в КФО на „Спиди“ АД е призната през 2014 г. и стойността ѝ е устойчива през изследвания период, като промяната през последния отчетен период не се дължи на нови придобивания, а е резултат от извършени преизчисления. Относителният дял на репутацията в собствения капитал на предприятието е значителен (около 25%) за изследвания период и предполага сериозно внимание от страна на ръководството.

Характерните особености за разглежданото предприятие се свеждат до:

- значителни размери на признатата репутация спрямо цената на придобиване при осъществените придобивания (между 35% и 52%);
- съществена стойност на признатите нематериални активи в резултат на бизнескомбинациите;
- смяна на одитора на предприятието и промяна в стойността на репутацията.

⁴⁰⁴ Филипова, Ф., Тодорова, С., Цит. Съч., бр.4, 2015, с. 14.

Анализът *по отношение на стойността на отчетената репутация* показва, че тя е в размер на 10 360 хил. лв. и възниква в резултат на две придобивания, осъществени през 2014 г. При първото придобиване „Спиди“ АД придобива контрол върху „Геопост България“ ЕООД чрез покупка на 100% от дяловете в капитала му. Цената на придобиване е 8 164 хил. лв. и е разпределена между придобитите нетни разграничими активи по следния начин:

	<u>Призната стойност към датата на придобиване</u> BGN'ooo
Общо възнаграждение	<u>8,164</u>
Нетни активи	1,424
Репутация	4,214
Нематериални активи, в т.ч.:	2,526
Търговски договор	<u>2,526</u>

Фиг. 19 – Извадка от КФО за 2014 г.

Възникналата репутация в размер на 4 214 хил. лв. представлява близо 52% от възнаграждението по придобиването и размерът ѝ може да бъде определен като съществен.

Второто придобиване, което е реализирано през 2014 г. е свързано с придобиване на контрол над „Динамик Парсъл Дистрибушън (DPD)“ С.А. – Румъния чрез покупка на 100% от акциите в капитала на предприятието като цената на придобиване е 17 297 хил. лв., а разпределението ѝ към придобитите разграничими нетни активи е както следва:

	<u>Призната стойност към датата на придобиване</u> BGN'ooo
Общо възнаграждение	<u>17,297</u>
Нетни активи	4,955
Репутация	6,146
Нематериални активи, в т.ч.:	6,196
Търговски договор	<u>4,960</u>
Съществуващи договори (отделно от клиенти)	992
Изграден мениджмънт капацитет	<u>244</u>

Фиг. 20 – Извадка от КФО за 2014 г.

Подобно на сделката по придобиването на „Геопост България“ ЕООД и тук прави впечатление, че при разпределението на

възнаграждението във връзка с придобиването съществена част от него (35,53%) е разпределена към репутацията.

Обикновено в случаи като описаните следва да се търси логично обяснение за плащането над стойността на придобитите нетни активи, т.е. за придобитата репутация. В случая с придобиването на „Геопост България“ ЕООД не е дадено описание на качествените характеристики на репутацията, от което да могат да се преценят мотивите на ръководството за нейното възникване. Този факт считаме, че е от съществено значение, тъй като в редица случаи разпределянето на по-голяма част от цената на придобиване върху репутацията е свързано с бъдещо управление на доходността на предприятието, поради факта, че репутацията е неамортизируем актив или се приема като резултат от грешка при първоначалното определяне на възнаграждението, оценката на потенциала на сделката и стойността на придобитите активи. Последната хипотеза е преобладаваща тогава, когато става въпрос за сделки под общ контрол, където масата на паричните средства не излиза извън икономическата група. В двата случая крайния ефект е един – по-високи финансови резултати при равни други условия, което от своя страна пък се приема от потребителите на информацията от финансовите отчети като много добър атестат за успешен мениджмънт. В тази ситуация изглежда логичен въпросът: Дали е налице умишлено разпределяне на значителна част от възнаграждението към репутацията? Наличната информация не позволява да се даде еднозначен отговор. При придобиването на „Геопост България“ ЕООД в основата на репутацията не стои разширяването на пазарният дял на компанията в страната, който остава относително непроменен по данни на Комисията за регулиране на съобщенията (24% за 2014 и 26% за 2015 г.).⁴⁰⁵ Друго основание за поддържането на подобна теза ни дава записаното в Годишния доклад за дейността на придобитото предприятие „Геопост България“ ЕООД, че *„основна дейност на дружеството е международни (курсивът мой – Ат. Ат.) куриерски и експресни услуги и услуги, свързани с колетни пратки по земя и по въздух“*. В същото време пък никъде в КФО на „Спиди“ АД за 2015 и 2016 г. или в Докладите за дейността не е записано как е интегрирана дейността на придобитото

⁴⁰⁵ Годишен доклад на Комисия за регулиране на съобщенията (КРС): http://www.crc.bg/files/_bg/POST+annual+report+2015+-+FINAL.pdf, видяна на 10.12.2017.

предприятие и какво е неговото развитие. Единствената информация е от индивидуалния отчет на „Геопост България“ ЕООД и тя показва следното движение на основните показатели от дейността:

Таблица 12

Период	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Приходи от продажби (хил. лв.)	5 065	6 740	4 122	6 043
Печалба след облагане (хил. лв.)	1 508	1 656	254	191

Източник: ГФО за 2014 и 2016 г. на „Геопост България“ ЕООД

Приходите на предприятието от куриерски услуги намаляват в годината след придобиването и бележат сериозен ръст през 2016 г., като не достигат нивото от годината на бизнескомбинацията, но по-сериозен е разрывът в резултатът от дейността след облагане между 2014 г. и следващите 2015 и 2016 г., когато резултатите намаляват 8,6 пъти. Тези резултати от дейността на придобитото предприятие, допълнени с липсата на информация за интегрираното развитие на предприятието след придобиването му и относително затворения характер на собствеността му считаме, че могат да бъдат използвани като аргумент в подкрепа на изразеното от нас съмнение в размера на признатата репутация след осъществената бизнескомбинация.

Подобен анализ може да бъде проведен и по отношение на придобиването на „Дайнамик Парсъл Дистрибушън (DPD)“ С.А. – Румъния. Предметът на дейност на придобитото предприятие включва извършването на следиторски и куриерски услуги, което предполага, че придобиването му е свързано с разширяване на пазарните позиции на „Спиди“ АД и навлизането на външни пазари. Разглеждаме предметът на дейност на придобитото предприятие отново в търсене на мотивите за възникналата репутация. От посочените пояснения към КФО за 2014 г. може да се направи извода, че новопризнатите нематериални активи не са в основата на платената премия за придобития контрол под формата на репутация, а зад нея се крият други индивидуално неразграничими предимства. Тъй като ръководството не е извършило качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация, като очаквана синергия от комбиниране дейностите на придобивания и придобиващия, нематериалните активи, които не отговарят

на условията за отделно признаване и други фактори, се налага те да бъдат обект на отделно разискване. Цялостният анализ на развитието на дейността на „Спиди“ АД след осъщественото придобиване и вижданията за развитието на дейността, разкрити от мениджмънта на компанията в Докладите за дейността за 2015 и 2016 г. показват, че в основата на придобиването е било навлизането на външни пазари и разширяването на пазарния дял на компанията извън територията на България. Според данни от мениджмънта на компанията, разкрити в Доклада за дейността за 2016 г. към края на 2013 г. придобитото предприятие DPD - Румъния е имало пазарен дял от 4,7% като през 2015 г. пазарния дял достигна 5,8%, а според оценката на мениджмънта за 2016 г. компанията е в състояние и ще постигне пазарен дял от 6,5%, което бележи трайна тенденция към увеличение в периода след придобиването. Тези данни следва да бъдат допълнени и с факта, че делът на международните куриерски пратки е 3,12% от общия брой куриерски пратки на „Спиди“ АД за 2016 г., а делът в приходите от международен пазар за 2016 г. се повишава спрямо предходната година с 28,5%, като на консолидирана база пратките извън България формират над 40% от общите приходи.

Ако изключим възможността, подобно на сделката с „Геопост България“ ЕООД, че е налице съзнателно манипулиране на разпределението на цената на придобиване и формирането на значителна по размер репутация, то извършеният анализ на развитието на дейността ни позволява да направим обоснованото предположение, че формираната репутация при придобиването е резултат от очакванията за наличието на синергичен ефект от бизнескомбинацията за придобиващия и придобивания, който се реализира по следния начин: първият навлиза на нов пазар, използвайки съществуващ доставчик с установен потенциал от контрагенти и логистична мрежа, а вторият - работейки вече под логото на известна куриерска фирма на Балканския полуостров успява да разшири вътрешния си пазарен дял и да добави кумулативен ефект върху резултата на придобиващия.

По отношение на *придобити нематериални активи в резултат на осъществените придобивания*: От посочената информация в бележките към КФО за 2014 г. може да се проследи разпределението на платената покупна цена при двете придобивания, а именно: 17,44%

за придобити нетни разграничими активи, 30,94% за новопризнати нематериални активи, оценени при бизнескомбинацията и 51,62% и към възникналата репутация при придобиването на „Геопост България“ ЕООД и 28,65% за придобити нетни разграничими активи, 35,82% за новопризнатите разграничими нематериални активи и 35,53% към репутацията при сделката по придобиването на „Дайнамик Парсъл Дистрибушън (DPD)“ С.А. – Румъния.

Посоченото разпределение показва недвусмислено, че тези сделки са насочени към придобиването на съществуващ бизнес, който се реализира в същата сфера на дейност, в която оперира и придобиващото предприятие – спедиторска дейност, обработка на стоки и товари, вътрешен и международен транспорт и логистика, складиране и др. и който бизнес е установил трайни и оценени договори с контрагенти, които ще осигурят на придобиващия по-добри позиции на съответния пазар. Тези разсъждения се потвърждават и от признатите в резултат на придобиването нематериални активи под формата на търговски договори, съществуващи договори с клиенти и изграден мениджмънт капацитет, които съставляват между 30-35% от цената на придобиване. Същите не са били капитализирани и признати при придобитото предприятие поради техния специфичен характер и факта, че са с характер на вътрешно-генерирани активи в резултат от осъществяваната дейност

Третата характерна особеност в разглежданото предприятие е *извършената смяна на одитора* през 2016 г. В резултат на тази промяна настъпва и промяна в стойността на признатата репутация в КФО, като освен това е променен и формата на оповестяване. В КФО за 2014 и 2015 г. репутацията е оповестена отделно от останалите нематериални активи и нейният размер е 10 360 хил. лв. Признатата репутация в консолидирания отчет за финансово състояние към 31.12.2016 г. вече е в размер на 11 440 хил. лв., т.е. с 1 080 хил. лв. повече. За нея не е предвидено отделно оповестяване, а информацията е оповестена като „*Репутация и Придобити права при бизнес комбинации*“ на обща стойност 18 902 хил. лв. Справка в пояснителните бележки показва, че тя е формирана от дела на групата в нетните разграничими активи на „Геопост България“ ЕООД в размер на 4, 466 хил. лв. и „Дайнамик Парсъл Дистрибушън С.А“ - Румъния в размер на 6, 974 хил. лв., вкл. и допълнително признатите нематериални активи при бизнескомби-

нацията към датата на придобиването им. Не са посочени причините, които са довели до прекласифицирането на част от признатите нематериални активи като репутация нито пък е представена сравнима информация за предходния период с цел потребителите да могат сами да извлекат необходимата им информация. И докато при придобиването на „Геопост България“ ЕООД освен репутацията е признат един единствен нововъзникнал нематериален актив, то при придобиването на „Дайнамик Парсъл Дистрибушън С.А“ – Румъния са налице нови три разграничими актива и следва да бъде пояснено стойността на кой актив, с каква стойност и защо е коригирана. Независимо от направеното прекласифициране за потребителите отново е спестена информацията относно качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация.

Основният извод, който се налага е, че въпреки подробната и пространна информация относно дейността на предприятието, оповестена в КФО и Доклада за дейността, оповестяванията относно първоначалното признаване на репутацията могат да бъдат значително подобри като се акцентира **върху описание на факторите, които са в основата на репутацията**, начините на определяне на справедливите оценки на придобитите нетни разграничими активи и представянето на съпоставима информация при промяна в стойностите на признатата репутация в резултат на рекласификации, както и причините за извършените рекласификации.

Холдинг Варна АД – Варна

Таблица 13

Отчетен период	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
Репутация в хил. лв.	34443	34443	34449	33393	27035
Относителен дял на репутацията от собствения капитал / без НКУ/	18,91%	19,92%	19,98%	18,97%	14,66%

През изследвания период стойността на репутацията във финансовите отчети на предприятието нараства както в абсолютна стойност със 7 408 хил. лв., така и като относителен дял от нетните активи на

Холдинга. Така през 2016 г. репутацията достига до 19% от собствения капитал на Холдинга, което е увеличение с близо 5% в сравнение с 2012 г. Това нарастване е в резултат извършени придобивания през периода, в резултат на които е възникнала репутация.

Характерните особености за разглежданото предприятие се свеждат до:

- при част от осъществените придобивания цената на придобиване съвпада със стойността на придобитите нетни активи;
- стойността на признатата репутация при някои придобивания е съществена спрямо цената на придобиване;
- непоследователност при оповестяване на факторите, които съставляват платената репутация в отделните придобивания.

На първо място следва да се отбележи, че при една част от осъществените бизнескомбинации **определената цена на придобиване (възнаграждението по сделката) точно съвпада със стойността на придобитите нетни активи**, поради което в резултат не възниква репутация или печалба от изгодна покупка. Подобна практика беше характерна и за „Химимпорт“ АД. Така например през 2013 г. са осъществени две придобивания като в резултат на едната сделка е формиран резултат, а другата не води до такъв за придобивания. През 2012 г. са осъществени две придобивания на „Хотел Астера Банско“ АД и „Хотел Атлас Варна“ АД като и при двете сделки е придобит 100% от капитала на придобитите предприятия, но и при двете сделки не е отчетена репутация или печалба от изгодна покупка, тъй като справедливата стойност на придобитите нетни активи съвпада с цената на придобиване. През 2013 г. в резултат на покупка на 100% от дружествените дялове на „Пампорово Пропърти“ ЕООД на 16.01.2013 г. е придобит контрол върху предприятието и отново не е отчетена нито репутация, нито печалба от изгодна покупка.

По отношение на **стойността на признатата репутация** може да бъде разгледана сделка по придобиване от края на 2013 г., когато „Холдинг Варна“ АД придобива контрол над „Инвестор БГ“ АД, чрез покупка на 54,30% от собствения му капитал и правата на глас в дружеството. Макар да не е изрично оповестено в КФО на „Холдинг Варна“ АД контролът е придобит посредством участието на „България Он Ер“ ООД в капитала на „Инвестор БГ“ АД в размер на 88,99%. От своя

страна „България Он Ер“ ООД е дъщерно предприятие на „МСАТ Кейбъл“ ЕАД, чиито капитал е 100% собственост на „Холдинг Варна“ АД. При оповестяване на разпределението на цената на придобиване между придобитите нетни разграничими активи прави впечатление, че е използван подход, който се различава от този при придобиването на „Пампорово Пропърти“ ЕООД независимо, че сделките са реализирани в рамките на един и същ отчетен период. В случая е оповестена подробна информация за балансовата стойност на придобитите нетни разграничими активи по групи (на обща стойност 7 393 хил. лв.), но справедливата им стойност е оповестена общо 4 014 хил. лв. без никакви пояснения към това. Очевидно според придобиващото предприятие справедливата стойност на придобития имуществен комплекс е по-ниска от балансовата му стойност и тази разлика е 1,84 пъти или с 3 379 хил. лв. по-малко. Предвид състава на придобитите нетни активи единствено балансовата стойност на нематериалните активи на придобитото предприятие е достатъчно висока (5 947 хил. лв.), за да „поеме“ тази разлика. За съжаление не е оповестено кои категории нематериални активи придобиващият е счел, че не отговарят на критериите му за признаване или не биха му носили съответната икономическа изгодa нито пък са посочени аргументите за това драстично намаляване на стойността на придобитите нетни активи. Така в резултат на осъщественото придобиване възниква репутация, която е определена както следва (извадка от КФО за 2013 г.):

	'000 лв.
Общо възнаграждение	13 505
Справедлива стойност на придобитите разграничими нетни активи	(4 014)
Репутация/(Печалба)	9 491

Фиг. 21 – Извадка от КФО за 2013 г.

При разгледаното придобиване признатата репутация представлява 70,28% от общото възнаграждение и превишава 2,4 пъти стойността на придобитите нетни разграничими активи. Предвид факта, че липсва детайлна информация за състава на признатите нетни активи и дали в тях са включени новопризнати нематериални активи по справедливи цени, считаме, че за така признатата репутация са налице следните

възможности:

- ✓ Наличие на съществуващи непризнати нематериални преимущества, които водят до формиране на значителна разлика между пазарната и счетоводната стойност на придобитото предприятие, но които не отговарят на критериите за признаване на разграничим актив според МСС 38 – Нематериални активи;
- ✓ Наличие на непризнати нематериални активи, които макар и да са достоверно измерими и разграничими е по-удачно от гл.т. на ръководството да бъдат показани във финансовия отчет като репутация предвид бъдещия им ефект върху финансовите резултати на предприятието;
- ✓ Допуснатата грешка при формиране на пазарните оценки и/или определянето на цената на придобиването.

Като основа на извършения анализ е разгледана разликата между счетоводната и пазарната стойност на акциите на придобитото предприятие „Инвестор БГ“ АД към датата на придобиването. Към края на месец юни 2013 г., когато е осъществено придобиването, пазарната стойност на една акция е 12,351 лв., а счетоводната ѝ стойност, изчислена като отношение на собствения капитал към броя акции в обръщение ($СК_{31.12.2012} = 7\,340\,000 \text{ лв.} \div 1\,438\,695 \text{ броя}$) е равна на 5,10 лева към 31.12.2012 г. и 5,01 лв. към 31.12.2013 г., т.е. съотношението пазарна към счетоводна стойност на акциите (P/B) е 2,42 за 2012 г. съответно 2,47 за 2013 г., което означава, че пазарната им стойност е 2,42 и 2,47, пъти по-висока от тяхната счетоводна стойност. Въпреки това посочената разлика не може да обясни изцяло платената премия под формата на репутация от придобиването. Прави впечатление и фактът, че постигнатите пазарни стойности в периодите непосредствено преди и след сделката по придобиването на публичното дружество „Инвестор. БГ“ АД (до края на 2013 г., когато сделката е окончателно финализирана) се различават значително от обичайните, което може да се проследи от таблицата по-долу:

Таблица 14

Движение на пазарните цени на акциите на „Инвестор БГ“ АД
за периода 2013 -2015 година
Дружество: Инвестор.БГ АД Код: (4IN/IBG)
Исторически данни за търговията

Дата	Обем	Оборот	Най-висока стойност	Най-ниска стойност	Стойност при отваряне	Стойност при затваряне
31.10.2014	180	2092.30	11, 790	8, 800	8, 800	11, 790
19.09.2014	100	1000.00	10, 000	10, 000	10, 000	10, 000
20.08.2014	100	950.00	10, 000	9, 000	9, 000	10, 000
10.07.2014	691	6567.50	10, 000	9, 500	9, 500	10, 000
19.06.2014	20	190.00	9, 500	9, 500	9, 500	9, 500
19.05.2014	10	105.00	10, 500	10, 500	10, 500	10, 500
17.04.2014	10	117.90	11, 790	11, 790	11, 790	11, 790
17.03.2014	10	118.10	11, 810	11, 810	11, 810	11, 810
17.02.2014	15	178.20	11, 880	11, 880	11, 880	11, 880
17.01.2014	725	8613.50	11, 890	11, 880	11, 890	11, 880
29.11.2013	88420	1060155.80	11, 990	11, 990	11, 990	11, 990
31.10.2013	249	2589.56	12, 000	7, 011	10, 000	12, 000
30.09.2013	6610	79187.65	12, 000	11, 500	11, 500	11, 999
06.08.2013	400	4840.00	12, 100	12, 100	12, 100	12, 100
29.07.2013	1667	20414.79	12, 399	12, 200	12, 399	12, 200
20.06.2013	1946	23613.04	12, 351	12, 101	12, 200	12, 351
31.05.2013	9548	114715.42	12, 200	11, 680	12, 000	12, 200
30.04.2013	1292770	16137537.05	12, 500	8, 000	8, 000	12, 250
25.03.2013	10185	64747.88	9, 755	6, 000	6, 001	8, 000
26.02.2013	3204	19264.93	6, 275	6, 000	6, 060	6, 000
22.01.2013	25	189.75	7, 590	7, 590	7, 590	7, 590

Източник: Инвестор. БГ,

<http://www.investor.bg/companies/IBG/history/monthly/1/2013-01-01/2015-12-31/>

Тези данни насочват анализа към две хипотези: или пазарът е реагирал спонтанно на информацията за придобиването или е бил повлиян посредством контролирано търгувани обеми с цел постигане на пазарни цени, които да служат като „параван“ за платената висока цена при придобиването на предприятието, което е честа практика при придобиване на контрол над публични дружества.

Във връзка с *качественото описание на факторите, които са в основата на отчетената репутация* може да се обобщи, че предприятието няма изградена устойчива политика на оповестяване. При придобиването на „Инвестор БГ“ АД е посочено, че *„репутацията е свързана главно с очакванията за растеж и бъдеща рентабилност,*

със значителните умения и опит на персонала на придобитото дружество, както и с очакваното намаление на разходите“, с което на практика е изпълнено изискването за качествено описание на факторите, съставляващи репутацията като нито един от така посочените фактори не би могъл да се признае като отделен разграничим актив, различен от репутация. При придобиването на контрол върху „Медийна група Черно море“ ЕООД чрез покупка на 100% от дружествените дялове през 2014 г., е отчетена репутация в размер на 1 059 хил. лв. При тази сделка се установява липса на качествено описание на характеристиките на репутацията, което е в разрез с другите сделки по придобиване. Считаме, че подобна непоследователност може да намали качествените характеристики на оповестяванията, а те в случая имат за цел внасяне на яснота както за потребителите на информацията от финансовите отчети по отношение на инвестиционните намерения на придобиващия и плащането на значителна премия при осъществената бизнескомбинация, така и по отношение на бъдещите преценки за наличието на индикации за обезценка на отчетената репутация.

На основата на резултатите от извършения анализ на конкретни практики при първоначалното признаване и оценяване на репутацията могат да бъдат формулирани **следните обобщения и изводи:**

- ✓ Основният извод, който се налага на база на проучването е, че при почти всички предприятия не се прилага единна политика на оповестяване на информацията през различните отчетни периоди – например: за една сделка се посочва само справедливата цена на придобитите нетни активи, а за друга – се посочват и балансовите стойности на същите нетни активи и тази практика е разкрита в рамките на един отчетен период; в някои случаи е посочен методът за определяне на справедливите цени, но това не е постоянна практика и т.н. Освен това следва да отбележим и липсата на единна политика при оповестяване в рамките на една икономическа група, като причината за последното различие считаме, че в известна степен може би се дължи на различните регистрирани одитори, които заверяват финансовите отчети на предприятията в групата.
- ✓ Качественото описание на факторите, съставляващи репутацията, се среща много рядко, а когато подобно описание е

направено, то в много от случаите е прекалено общо формулирано и реално не разкрива конкретни фактори, които стоят в основата на платената премия при придобиването. Признатата репутация като качествено описание най-често се свързва: *с наличието на бъдещ синергичен ефект, навлизане на нови пазари и разширяване на дейността, очакване за бъдещи по-високи печалби и намаляване на разходите, способностите и уменията на персонала.* Тези изводи ни **дават основание да потвърдим формулираната Хипотеза 1**, че в основата на репутацията наистина стоят определени нематериални преимущества, чието идентифициране и измерване е много трудно и обикновено се обяснява с наличието на т.нар. синергичен ефект.

- ✓ При много от разгледаните случаи репутацията, отчетена в резултат на осъществените бизнескомбинации, има съществени стойности като представлява над 30% от платената цена на придобиване, а за отделни придобивания стойностите ѝ достигат до над 70%. Посочената констатация може да се разглежда и като потенциална възможност за влияние върху резултатите на предприятието от страна на мениджмънта. Тези резултати съвпадат с обявените в изследването на Ernst&Young, обхващащо 709 сделки в 21 страни, според което репутацията представлява между 30 и 65% от платената цена в зависимост от отрасъла, в който е осъществено придобиването.⁴⁰⁶ Подобни са и изводите от изследването на международната инвестиционна банка „Houlihan Lokey“, което обхваща 1525 сделки, осъществени от американски публични компании през 2015 г. и според което този процент е средно 38%, но също варира в зависимост от отрасъла между 6% и 52%.
- ✓ При разпределението на цената на придобиване върху придобитите нетни активи почти липсва описание на факторите, които водят до корекциите на балансовите стойности на придобитите активи или начина на извършване на оценката.
- ✓ Наблюдават се съществени различия между справедливите и ба-

⁴⁰⁶ Acquisition accounting – What’s next for you? A global survey of purchase price allocation practices, E&Y, 2009.

лансовите стойности на придобитите съществуващи нематериални активи в резултат на бизнескомбинации. Подобни различия по отношение на материалните активи не са констатирани.

- ✓ При разпределението на цената на придобиване се констатира значителни стойности на новопризнати нематериални активи, несъществуващи преди бизнескомбинацията като в някои случаи размерът им достига до 30-40% от цената на сделката. В тази връзка само едно предприятие е посочило изрично вида на новопризнатите нематериални активи и техните справедливи оценки към датата на придобиването. Този тип оповестяване считаме, че е изключително съществено, тъй като е важно да се получи информация дали придобиващият оценява с по-високи стойности придобитите материални разграничими активи или нематериалните активи, които са съществували във финансовия отчет на придобитото предприятие, т.е. дали счита, че те са неточно оценени и това определя формирането на цената на придобиване или цената на придобиване е разпределена върху новопридобити активи, които обикновено са с нематериален характер и които могат да бъдат признати единствено в резултат на бизнескомбинация.
- ✓ В някои финансови отчети се срещат дори комични бележки като например: 1) в индивидуален финансов отчет е упоменато, че *„всяко неконтролиращо участие се оценява...“* – като такава в индивидуалния отчет не присъства и т.н. 2) записано е следното пояснение: *„репутацията се разпределя към следните ЕГПП: две основни дейности“* без никакво пояснение кои са тези дейности. В същото време оповестената сегмента информация показва наличие на 3 сегмента и т.н.
- ✓ В част от отчетите бележките относно репутацията са представени твърде лаконично и нямат никаква информационна и познавателна стойност или са такива, които се повтарят във всеки финансов отчет и са по-скоро от бланкетен тип като например: *„представената в отчета за финансовото състояние репутация е възникнала в резултат на извършените през текущата и предходни години бизнескомбинации“* – и това е единствената бележка, поясняваща осъществените бизнескомбинации

през периода 2012 – 2016 г. и признатата като резултат репутация.

- ✓ Само в един финансов отчет (на „Холдинг Варна“ АД) се установи, че е представена информацията относно разходите, свързани с придобиването.
- ✓ Много често осъществените бизнескомбинации под общ контрол не са оповестени като такива, а разкритата за тях информация в много случаи е неясна и объркваща, без пояснение на използвания метод за отчитане и т.н.
- ✓ Констатира се наличие на своеобразен „жанр“⁴⁰⁷ при оповестителните бележки относно първоначалното признаване на репутацията.

Представените резултати по отношение на първоначалното признаване на репутацията от изследваните български публични предприятия са основание за **потвърждаване на формулираната Хипотеза 3** в дисертационния труд.

1.5. Резултати от изследване на последващото оценяване на репутацията.

Въпросите, свързани с последващото оценяване на репутацията, през последните няколко години все по-често са в центъра на дебатите около счетоводното отчитане на репутацията и по този начин може да се каже, че придават облик на цялата тема. След ключовата промяна в режима за последващо отчитане на репутацията и замяната на изискването за ежегодното ѝ амортизиране с тестване единствено за обезценка може да се каже, че започна нов период в отчитането ѝ. Въведеният подход, както вече изяснихме, беше приет нееднозначно, като ангажира както привърженици, така и достатъчно критици. Първите виждаха в новите правила възможности за по-вярно и адекватно последващо оценяване на репутацията, като водени от идеята, че ползите от нея не намаляват по линеен път, считаха, че посредством концепцията за обезценяването най-пълно и точно ще бъде представена нейната стойност във финансовите отчети. Критиците на новия подход пък убедено

⁴⁰⁷ Klimczak, K., Dynel, M. and Pikos, A., Goodwill impairment test disclosures under uncertainty, Accounting and Management Information Systems, Vol. 15, No. 4, 2016, pp. 639-660.

вярвах, че това е поредната промяна, която ще е в услуга на мениджмънта на големите компании и новите правила по никакъв начин няма да подобрят отчитането на репутацията, а напротив – могат да доведат до превръщането на репутацията в на практика перманентен актив, до повече възможности за манипулиране на стойността на репутацията след първоначалното ѝ признаване, до по-малко прозрачност във финансовите отчети и по-малка полезност на информацията, оповестена в тях. Изследователите дадоха 5-6 годишен период на действие след въвеждането на правилата и започнаха своите проучвания относно ефекта им върху качеството на финансовото отчитане на репутацията. Появиха се ключови изследвания, резултатите от които показват, че добрите намерения при въвеждането на новия подход не дават очаквания резултат, което даде основание на IASB да инициира Преглед на прилагането на МСФО 3, чиито резултати също бяха обезпокояващи, а в последствие заедно с FASB инициираха отново изследователски проект по тази тема.

Разгледаните от нас изследвания са насочени главно към отчитането на репутацията във финансовите отчети на публичните предприятия в европейски и световен мащаб. Това обстоятелство, заедно с факта, че у нас няма проведено пълно и всеобхватно изследване на посочените въпроси, обосновават актуалността на настоящия анализ. Един от основните моменти при провеждането на нашето изследване е дефинирането на областите, по които ще оценяваме степента на съответствие на обезценката на репутацията, призната от изследваните български публични предприятия. Тези критерии може да систематизираме по следния начин:

- Преглед и оценка на общото ниво на обезценка на репутацията през периода;
- Оповестяване на счетоводната политика относно обезценката на репутацията общо и по отделни отчетни периоди;
- Оповестяване на обезценките през съответния отчетен период;
- Оповестяване на мотивите на ръководството на предприятието за признаване на обезценка на репутацията през конкретния отчетен период;
- Оповестяване на конкретна информация относно проведените тестове за обезценка:

- Информация относно ЕГПП, към които е разпределена репутацията за целите на теста;
 - Оповестяване на начина на изчисляване на възстановимата стойност – използването на стойността в употреба или на справедливата стойност, намалена с разходите за продажба и мотивите за избор на съответния метод;
 - Оповестяване на ключови предположения, имащи отношение към теста за обезценка – избран период на дисконтиране и дисконтов процент, прогнозни парични потоци и др.
- Оповестяване на информация относно промяна в ключовите параметри на теста за обезценка през текущия период спрямо предходни отчетни периоди.

Считаме, че всеки от посочените критерии е пряко свързан с формирането на качествена информация относно оповестената в отчета репутация и изпълнението или неизпълнението им ще е показател не само по отношение на нивото на съответствие с приложимите счетоводни стандарти, но и критерий за степента на разкритие на частна информация от страна на мениджмънта на предприятията.

1.5.1. Оценка на общото равнище на обезценка на репутацията.

Информацията, свързана с оценката на общото ниво на обезценка на репутацията през изследвания период е представена в следващата таблица (табл. 15).

Таблица 15

Данни за признатите обезценки за периода 2012 -2016 г.

Код	Предприятие емитент	Обезценка на репутацията (хил. лв.)				
		2016	2015	2014	2013	2012
3JR	Софарма АД-София	592	0	116	140	2108
57B	Булгартабак-холдинг АД-София	0	37782	0	0	0
5MB	Монбат АД-София	0	0	0	0	
6C4	Химимпорт АД-София	275	4979	942	1123	728
5F4	ТБ Първа Инвестиционна Банка АД-София	0	0	0	0	0
3CZ	ЧЕЗ Разпределение България АД-София	0	0	0	0	0
6AB	Албена АД-к.к. Албена	401	467	400	0	0
5MH	М+С хидравлик АД-Казанлък	0	0	0	0	0
0SP	Спиди АД-София	0	0	0	0	0
SO5	Софарма трейдинг АД-София	0	0	0	0	0
6AM	Алкомет АД-Шумен	0	0	0	0	0
5V2	Холдинг Варна АД-Варна	0	0	0	0	0
4CF	ТБ Централна кооперативна банка АД-София	0	67	812	1208	0
3NB	Неохим АД-Димитровград	0	0	0	0	0
T57	Трейс груп холд АД-София	0	0	0	0	0
5BN	ТБ Българо-Американска Кредитна Банка АД-С	0	0	0	0	0
4EH	Еврохолд България АД-София	0	0	0	0	0
5SR	Стара планина Холд АД-София	0	0	0	0	0
6S6	Софарма имоти АДСИЦ-София	0	0	0	0	0
ОБЩО:		1268	43295	2270	2471	2836

От представените данни се вижда, че само 5 от всички предприятия в изследването са признали обезценки на репутацията през разглеждания период. За по-голямата част от тези предприятия (с изключение на „Булгартабак холдинг“ АД) се наблюдава регулярно отписване на част от репутацията през целия изследван период в резултат на признати обезценки в различни размери. Размерът на признатите обезценки през периода варира между 1200 и 2900 хил. лв. като единствено през 2015 г. са признати загуби от обезценка на репутация в размер на 43 295 хил. лв., което е с 14 пъти повече от втората най-висока стойност през 2012 г., но прави впечатление, че тези високи стойности не са в резултат на признати обезценки от значителен брой от изследваните предприятия, а се дължат основно на признати обезценки от „Булгартабак холдинг“ АД (87% от общата стойност за 2015 г.) и на „Химимпорт“ АД (11,5% от общата стойност за 2015 г.). Сами по себе

си тези констатации показват, че много малка част от предприятията признават във финансовите си отчети, че стойността на придобитата от тях репутация е намаляла през изследвания период, което може да е резултат от проявата на ефекта върху резултатите на предприятието на онези нематериални преимущества, заради които е възникнала репутацията или да се дължи на нежеланието на мениджмънта да признае счетоводни обезценки на репутацията по субективни причини. Установените от нас резултати потвърждават тенденцията, описана в доклада на ESMA, според който ограничен брой предприятия (5% от 235 публични компании) отчитат над 75% от признатите загуби от обезценки на репутацията.⁴⁰⁸ Освен това, се потвърждава и друга тенденция, констатирана в изследването на EFRAG от месец септември 2016 г., според което 72 от изследваните предприятия не са признавали никакви обезценки на репутацията си за период от 10 години, а през 2015 г. само 30,29% от изследваните 328 предприятия са признали загуби от обезценка на репутацията си.⁴⁰⁹ У нас от 13 предприятия в извадката, оповестили репутация във финансовите си отчети през 2015 и 2016 г. само 4 предприятия през 2015 г. и 3 предприятия през 2016 г. са признали счетоводни загуби от обезценка, което прави съответно 30,77% за 2015 г. и 23,08% за 2016 г. от всички предприятия в извадката, които са отчетили репутация във финансовите си отчети. По този показател българските публични предприятия се вписват в линията на поведението на европейските компании.

Като един от основните индикатори за евентуално намаляване на стойността на репутацията на публичните дружества в разгледаните от нас изследвания в глава 2 се посочва **движението на борсовия индекс**, част от който са търгуваните книжа на предприятието и/или движението на пазарната капитализация за съответния период.⁴¹⁰ По отношение на

⁴⁰⁸ Доклад на Европейския орган за ценни книжа и пазари (ЕОПЦК), Европейските правопривагащи органи правят преглед на репутацията и други нематериални активи във финансовите отчети по МСФО, ESMA/2013/2.

⁴⁰⁹ What we Really Know About Goodwill and Impairment?, EFRAG, 2016, p. 24-25.

⁴¹⁰ Вж. What we Really Know About Goodwill and Impairment?, EFRAG, 2016; ESMA Report: European enforcers review of impairment of goodwill and other intangible assets in the IFRS financial statements, 2013, ESMA/2013/2; Impairment of long-lived assets, goodwill and intangible assets. US GAAP and IFRS, Ernst & Young; Should goodwill still not be amortized?, ASBJ, EFRAG, OIC, 2014 etc.

българските публични предприятия резултатите могат да бъдат представени по следния начин:



Фиг. 21 – Изменение на пазарната капитализация и признатите обезценки
Източник: БФБ и КФО на предприятията-емитенти в извадката

Горната фигура показва, че като цяло движението на пазарната капитализация на Индекса бележи устойчива тенденция към повишение през разглеждания период, като стойностите му се увеличават 1,82 пъти от 2012 до 2016 г. Единствено през 2015 г. се наблюдава спад в стойностите на Индекса, който обаче може да бъде определен като незначителен и да се разглежда по-скоро като краткосрочна конюнктура на пазара отколкото като тенденция, което се вижда и при движението през следващата година. Това ни дава основание да считаме, че намалението през 2015 г. не би следвало да се тълкува като обстоятелство, което да повлияе признаването на загуби от обезценка на репутацията за предприятията в обхвата на Индекса. Считаме този анализ за наложителен, тъй като от графиката читателят остава с впечатлението, че през 2015 г. се наслагват две съществени обстоятелства: спад в пазарната капитализация на Индекса и признаване на сериозни по размер загуби от обезценки, което пък би било обективна предпоставка за извода, че българските публични предприятия съвсем точно успяват да уловят момент на намаляването на пазарната им стойност, за

да признаят загуби от обезценка на репутацията в техните финансови отчети. Нашето становище е, че няма основание за подобни изводи, тъй като, както вече посочихме, 87% от стойността на признатите загуби от обезценка на репутацията през 2015 г. са отчетени от едно предприятие - „Булгартабак холдинг“ АД. Освен това считаме, че на пазарната капитализация като цяло, респ. стойностите на борсовите индекси, следва да се гледа с повишено внимание, тъй като цените на акциите могат да бъдат обект на преднамерено манипулиране или са повлияни от фактори, които в основата си са ирационални и т.н., поради което в случаите, когато липсва ясно изразена тенденция, могат да бъдат използвани по-скоро като ориентир за състоянието на пазара, а не като индикатор за признаване на обезценки. От друга страна наличието на малък брой предприятия, обезценяващи репутацията, не дава достатъчно данни за провеждането на статистически регресионен анализ за изследване на зависимостта между двете променливи.

Въпреки посоченото становище, не може да не отчетем и стойностите на друг фактор, който може да окаже съществено влияние върху преценката за необходимостта от признаване на обезценки на ниво предприятия, които са включени в Индекса. Това е движението на стойностите на Индекса през анализирания период. Информацията за това движение е представена на фиг.22 по-долу, от която се вижда, че през 2015 г. са постигнати най-ниски стойности след въвеждането на методиката за изчисляването на Индекса през 2012 г. Спадът през 2015 г. е с 11,27% в сравнение с предходната 2014 г., като стойностите му са под 100%, което подкрепя спада в пазарната капитализация на основните предприятия в Индекса, който вече разгледахме. Считаме, че от особена важност е фактът, че констатираният спад на индекса BGBX 40 е част от общата тенденция към намаляване на всички борсови индекси на БФБ през 2015 г. Така например индексът SOFIX губи през същата година 11,72% от стойността си, а BG TR и 30 BG REIT губят съответно 5,81% и 1,74% през този период,⁴¹¹ което следва да се разглежда като макроикономически индикатор за „спад“ на фондовия пазар през периода. Наблюдаваната тенденция може да се разглежда и като реакция на фондовия пазар на оповестения фалит на Корпоративна търговска

⁴¹¹ Данни от годишната статистика на БФБ, достъпни на: <http://www.bse-sofia.bg/?page=AnnualStatistics>, видяна на 05.08.2017.

банка АД, която към датата на затварянето ѝ (20.06.2014 г.) е публично дружество. Настъпилата криза след затварянето на банката и последващото отнемане на лиценза ѝ се отрази на бизнес климата изключително негативно. По данни на БНБ КТБ оперира с **над 8% от паричния ресурс на гражданите и на бизнеса**, което представлява около една десета от икономиката на страната. Ето защо считаме, че реакцията на борсата, макар и закъсняла, е налице през 2015 г. Тя се изразява в намаляване на стойността на индексите и понижаването на пазарната капитализация на предприятията, включени в тях.



Фиг. 22 – Стойности на индекса BGBX 40 за изследвания период
Източник: БФБ, Годишна статистика

Посочените констатации предполагат намаляване на перспективите за развитие на предприятията и техни ответни реакции, изразени в очакване на повече признати обезценки на репутацията, които обаче не се реализират. По този начин се засилва актуалността на въпроса: Дали измененията в общото ниво на капитализация и стойностите на Индекса, част от който са изследваните предприятия, могат да бъдат достоверен критерий за наличие на основания за признаване на загуби от обезценки на репутацията?

В търсене на отговор на поставения въпрос считаме, че при наличието на подобни натрупвания от макроикономически характер следва да се търсят по-конкретни критерии, които да насочат анализа

към отделните предприятия в Индекса. В случая подходящ показател, който следва да бъде изследван и може да даде повече конкретика е **отношението между пазарната капитализация и собствения капитал (нетните активи)** на отделните предприятия, известно още като **Market-to-book ratio**. Именно това съотношение е посочено като един от индикаторите за наличие на обезценка според МСС 36 – *Обезценка на активи*. Стойностите на показателя по-малки от единица могат да се използват като индикатор за обезценка и да доведат до признаването на загуби от обезценка на репутацията, освен ако възстановимата стойност на ЕГПП не е по-голяма от балансовата ѝ стойност.

В разгледаните от нас изследвания този показател е разгледан на база обобщена информация за пазарната капитализация и счетоводната стойност на собствения капитал на предприятията, които попадат в извадката.⁴¹²

Обобщените резултати за изследваните от нас предприятия по години са представени на следващата графика:



Фиг. 23 – Изменение на показателя ПК/СК за периода 2012-2016 г.

Източник: Собствени изчисления по данни на БФБ

⁴¹² Вж. What we Really Know About Goodwill and Impairment?, EFRAG, 2016, p. 22-23.; ESMA Report: European enforcers review of impairment of goodwill and other intangible assets in the IFRS financial statements, 2013, ESMA/ 2013/2; Should goodwill still not be amortized?, ASBJ, EFRAG, OIC, 2014 etc.

От нея е видно, че средното съотношение *пазарната капитализация/собствен капитал* се повишава през изследвания период, но въпреки това стойностите му са под единица, като пазарната капитализация все още изостава спрямо собствения капитал. На фона на очертаващата се тенденция към повишаване на стойностите на показателя през разглеждания период се забелязва спад (макар и малък) през 2015 г. Имайки предвид, че стойностите на показателя могат да се разглеждат като един от външните източници на информация, показващи, че активите може да са обезценени, считаме, че това обстоятелство се налага да бъде обект на разглеждане при оценяване на реалистичните стойности на ключовите предположения, използвани при тестването за обезценка. Подобни стойности се наблюдават и в изследването на ESMA, според което към 31 декември 2011 г. 43% от извадката показва пазарна капитализация по-малка от собствения капитал, но едва 47% от тях признават загуби от обезценка на репутацията си. Същите резултати срещаме и в изследването на Houlihan Lokey, според което за 1/3 от предприятията, попадащи в индекса Euro STOXX 600, посоченото съотношение е по-малко от 1, но много по-малък е относителният дял на отчетите загуба от обезценка на репутацията си. Ето защо считаме, че тези резултати трябва да бъдат отнесени към броя на предприятията, които признават загуби от обезценки на репутацията през конкретната година, за която е установено намаляването на стойностите на показателя и анализът следва да бъде извършен на ниво предприятие.

Друг съществен показател, който може да използваме за оценка на общото ниво на обезценката на репутацията във финансовите отчети, е **отношението на признатите счетоводни обезценки към балансовата стойност на репутацията** през съответните периоди. Този показател дава информация за относителния дял от репутацията, която е отписана през съответния отчетен период. Обект на анализ са само онези предприятия, които са признали загуби от обезценка на репутацията през поне един отчетен период в обхвата на изследването. Данните за отделните предприятия са обобщени в следващата таблица:

Таблица 16

Код	Емитент	Признати обезценки / Балансова стойност на репутацията				
		2016	2015	2014	2013	2012
3JR	Софарма АД-София	5,99%	0,00%	1,06%	1,09%	16,32%
57B	Булгартабак-холдинг АД	0,00%	86,03%	0,00%	0,00%	0,00%
6C4	Химимпорт АД-София	0,83%	14,94%	2,46%	2,97%	1,85%
6AB	Албена АД-к.к. Албена	2,45%	2,79%	2,33%	0,00%	0,00%
5V2	Холдинг Варна АД-Варна	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4CF	ТБ Централна кооперативна банка АД	0,00%	1,19%	14,23%	18,54%	0,00%
Средна аритметична стойност:		3,09%	26,24%	5,02%	7,53%	9,08%
Медиана:		2,45%	8,87%	2,39%	2,97%	9,08%

Източник: Собствени изчисления на база публични КФО на изследваните предприятия

Резултатите показват, че средната аритметична стойност на показателя „признати обезценки към балансова стойност на репутацията“, изчислен за признатите обезценка, е между 3,09% и 9%, като се наблюдава едно единствено изключение през 2015 г., когато стойностите на показателя достигат 26,24%, което е 3 пъти повече спрямо втората най-висока стойност за изследвания период и се дължи на обезценката на едно от изследваните предприятия. Наличието на подобни аномалии при някои от предприятията налага изчисляването на медианата за изследваната съвкупност, чиито стойности са значително по-ниски между 2,39% и 9%, а конкретно за 2015 г. стойността е 8,87%. Съвсем ясно се вижда, че ако предприятията признават загуби от обезценки, то тези загуби са в размер между 1 и 6% годишно, не са регулярни и ако бъдат разглеждани като годишна амортизационна норма, изчислена по линейния метод, съответстват на амортизационен период над 20 години при ежегодно начисляване. Получените резултати кореспондират със заключенията на Andre и др.⁴¹³ по отношение на европейските предприятия, при които според авторите едва 6-7% от репутацията се отписва годишно посредством прилагането единствено на метода на обезценката, докато за същия период на изследването американските

⁴¹³ Andre, P., Filip, A., Paugam, L., Цит. съч., р. 1-30.

публични компании са отписали посредством обезценки 62,6% от репутацията в техните финансови отчети. Това на свой ред показва, че българските публични предприятия, които отсъстват в посоченото изследване, успешно се вписват в европейската практика при признаването на загуби от обезценка на репутацията. Това от своя страна оформя извода, за наличие включително и на географски оформени региони в световен мащаб при признаването на обезценки на репутацията, което пък считаме, че е закономерно следствие от наличието на различни социално-икономически характеристики при развитието на регионите.

Подложихме на тестване друга хипотеза, която е обобщена като резултат от редица изследвания⁴¹⁴, според която предприятията са по-склонни към признаване на обезценки на репутацията си при наличие на счетоводни загуби преди тази обезценка. Нашите анализи на база на използваната извадка категорично не потвърждават тази хипотеза. При нито едно от предприятията, които са признали обезценка през някоя от изследваните отчетни години, не е налице счетоводна загуба преди признаването на обезценката, което от своя страна е основание да отхвърлим хипотезата. Резултатите, обобщени в изследването на EFRAG, също не могат да бъдат използвани за подкрепа на изложената хипотеза, тъй като показват, че средно около 10% от предприятията, които признават загуби от обезценка на репутацията са отчели счетоводни загуби преди тази обезценка. Резултатите, които получихме, са обобщени в следващата таблица:

Таблица 17

	2016	2015	2014	2013	2012
Брой предприятия, отчитащи загуби от обезценка на репутацията	3	4	4	3	2
Брой предприятия, признали обезценки, които имат счетоводни загуби преди обезценката на репутацията	0	0	0	0	0

Данните за този показател, заедно с отношението „признати обезценки към балансова стойност на репутацията“ могат да бъдат използвани за оценка на адекватността на обезценката на репутацията.

⁴¹⁴ Andre, P., Filip, A., Paugam, L., Цит. съч., EFRAG, What we Really Know About Goodwill and Impairment?, 2016, p. 23.

Всеки от разгледаните индикатори може да бъде използван самостоятелно или в комбинация с останалите по отношение на оценката на нивото на обезценка на репутацията и необходимостта от признаване на обезценки. Водещ критерий за признаването на такива обезценки следва да бъде намаляването на икономическата стойност на репутацията. Тъй като тя е много трудно да бъде оценена поради факта, че репутацията не генерира свой самостоятелен паричен поток, независимо от останалите активи, в литературата се срещат различни индикатори за наличие на икономическа обезценка, част от които разгледахме във втората глава на дисертационния труд. Според различни автори тези показатели могат да бъдат единично изследвани или в комбинация, като например: 1. Разликата между пазарната стойност на капитала и неговата балансова стойност да е по-малка от стойността на репутацията ($MV - BV < GW$); 2. Съотношението пазарна цена към счетоводна стойност да е по-малко от единица ($Market-to-Book < 1$); 3. Финансовият резултат преди обезценки и амортизации да е отрицателен ($EBITDA < 0$) и т.н. Преди всичко обаче, загубата от обезценка на репутацията следва да бъде определена на ниво ЕГПП, което налага анализът да бъде пренесен на нивото на отделното предприятие.

1.5.2. Емпирични резултати за признатите счетоводни обезценки на репутацията за периода 2012 -2016 г.

Признатите във финансовия отчет загуби от обезценка на репутацията са пряко отражение на възприетата счетоводната политика от предприятието през отделни отчетни периоди. Резултатите от изследването са насочени към търсене на публично оповестена информация относно мотивите на ръководството на предприятието за признаване на обезценка на репутацията през конкретния отчетен период и наличие на конкретна информация относно проведените тестове за обезценка, разкриваща специфични обстоятелства от дейността на предприятието, които водят до намаляване на стойността на признатата репутация и имат отношение към признаването на загуби от обезценката ѝ.

Основните изисквания относно последващото оценяване на репутацията са регламентирани в приложимия МСС 36 – *Обезценка на активи*. Сложността и комплексният характер на изискуемите процедури са в основата на неглижирането и формализирането при прилага-

нето им и повишават възможностите за манипулиране на резултатите, поради което са в основата на значителна част от критиките към модела „единствено обезценка без амортизация“, който е възприет при последващото оценяване на репутацията в МСС/МСФО.

Във връзка с осъществяването на пълен и коректен анализ сме формулирали основните показатели, които ще бъдат обект на изследване:

- ✓ Информация относно броя на ЕГПП, към които е разпределена репутацията за целите на теста;
- ✓ Посочване на мотивите за обезценка на репутацията;
- ✓ Оповестяване на начина на изчисляване на възстановимата стойност – използването на стойността в употреба или на справедливата стойност, намалена с разходите за продажба и мотивите за избор на съответния метод;
- ✓ Оповестяване на ключови предположения, имащи отношение към теста за обезценка – избран период на дисконтиране и дисконтов процент, прогнозни парични потоци и др.;
- ✓ Оповестяване на информация относно промяна в ключовите параметри на теста за обезценка през текущия период спрямо предходни отчетни периоди.

По посочените критерии сме оценили предприятията, които са признали обезценки на репутацията си поне през един отчетен период в рамките на изследването. Данните за обезценката по посочените показатели са представени в обобщен вид в следващата таблица 18:

Таблица 18

Емпирични резултати за признатите счетоводни обезценки на репутацията за периода 2012 – 2016 г.

Предприятието	Посочване на мотивите за обезценка	Информация за броя на ЕПЩ, към които е разпределена репутацията с конкретни данни	Посочване на начина на изчисляване на възстановимата стойност и мотиви за избор	Посочване на ключови предположения, имали отношение към теста за обезценка /период на дисконтиране, дисконтов процент, прогностни парични потоци и т.н./	Информация относно промяна в ключовите параметри на теста за обезценка през текущия период спрямо предходни отчетни периоди	Обобщени резултати по предприятия
Софарма АД	Не	Не	Да	Да	Не	Да - 2 Не - 3
Булгартабак-холдинг АД	Не	Не	Да***	Да***	Не	Да - 2 Не - 3
Химимпорт АД	Не	Да	Да	Не	Не	Да - 2 Не - 3
Албена АД	Да*	Не	Да*	Да*	Не	Да - 3 Не - 2
ТБ ЦКБ АД	Не	Не **	Не	Не	Не	Да - 0 Не - 4
Общо:	Да- 0 Не - 5	Да- 1 Не - 4	Да- 4 Не - 1	Да- 3 Не - 2	Да- 0 Не - 5	

Легенда:

*- по отношение на тези критерии е посочена информация само по отношение на признатите обезценки през 2016 г.

** - не са изрично посочени, но биха могли да бъдат изведени по подразбиране, тъй като става дума за придобити предприятия /банки, които оперират само на територията на една държава и нямат дъщерни дружества

***- по отношение на тези критерии е посочена информация само по отношение на признатите обезценки през 2015 и 2016 г.

Посочените резултати в таблица 18 позволяват да се направят следните обобщения:

- ✓ По отношение на мотивите за признаване на обезценки – само едно от изследваните предприятия е посочило такива, като това е направено само за един от изследваните отчетни периоди. Липсата на формулирани мотиви е основание да предположим, че липсват ясно изразени икономически критерии, които да обуславят обезценяването на репутацията, като например спад в продажбите на придобитото предприятие (бизнес), редуциране на бизнеса или закриване на част от него, масово напускане на персонала или нежелание за работа след осъществяването на придобиване, загуба на пазарен дял и т.н.;
- ✓ Информация за броя на ЕГПП, към които е разпределена репутацията, реално разкрива само едно от предприятията като то посочва и стойността на репутацията, разпределена към съответната ЕГПП. Едно от предприятията не посочва изрично, кои са ЕГПП, към които е разпределена репутацията, но от оповестената информация потребителят с достатъчно познания по темата може да предположи, че става дума за отделните придобити банки в резултат на осъществени бизнескомбинации, разглеждани в качеството им на отделни ЕГПП. Предвид характера на банковата дейност и необходимостта от единен лиценз за извършването ѝ и факта, че придобитите банкови структури нямат дъщерни предприятия, се налага изводът, че всяка от придобитите банки е в ролята на ЕГПП за целите на теста за обезценка. Въпреки това считаме, че изричното им посочване е необходимо и би улеснило възприемането на информацията от потребителите;
- ✓ Начинът на изчисляване на възстановимата стойност е посочен от 80% от предприятията, признали обезценки (4 предприятия), като едно от тях е оповестило такава информация само за един от отчетните периоди – 2016 година. Всичките четири предприятия са използвали метода „стойност в употреба“ като метод за изчисляване на възстановимата стойност. Две от тях са използвали лицензирани външни оценители при тези изчисления, докато останалите предприятия са извършили тези оценки самостоятелно. Независимо от посочените дотук обстоятелства, нито едно предприятие не е оповестило мотивирано избора на метода за изчисляване на възстановимата стойност и защо

например не е използвана справедливата стойност, намалена с разходите за продажба;

- ✓ Оповестяване на информацията относно ключовите предположения при извършването на тестове за обезценка са извършили 3 предприятия като едно от тях е посочило такава информация единствено за 2016 г. Същото предприятие заедно с още две не са посочили никаква информация относно ключови предположения при тестването за обезценка за всеки от изследваните отчетни периоди. Емпиричните данни показват съществени различия при определяне на отделните ключови компоненти на теста за обезценка:
 - Дефинираните норми на растеж са в много широки граници, започващи от 0% и стигащи до 55%. Само едно от предприятията е посочило конкретна норма на растеж 18%, а друго е записало, че нормата на растеж е в диапазона от 0% до 55%, и то в рамките на един отчетен период. Разглеждаме този интервал като твърде голям и считаме, че по този начин е възможно умишлено влияние върху резултатите от теста за обезценка.
 - Нормите на дисконтиране също са в доста широки граници, като започват от 5,6% и достигат до 36,90%. Две предприятия са посочили точна норма на дисконтиране, като при едно от тях тя е само по отношение на тестове за обезценка, извършени през отчетната 2016 г. В повечето случаи нормата на дисконтиране се базира на средно-претеглената цена на капитала (WACC), като тя също следва да бъде определена по отделно за всяко придобито предприятие, за което е отчетена репутация, каквото оповестяване липсва.
 - Периодът на прогнозиране на паричните потоци обикновено е в диапазона 3 – 5 години, като едно от предприятията използва 7 годишен период, а две не са посочили данни за периода в оповестителните си бележки.
 - Нито едно от предприятията не е оповестило информацията относно промяна в ключовите параметри на теста за обезценка през текущия период спрямо предходни отчетни периоди. Последното считаме, че е от особена важност при

анализирането на подхода на мениджмънта към обезценяването на репутацията, особено в случаите, когато през текущия период е призната загуба от обезценка, а през предходния период такава не е била призната или обратното.

Основният извод, който се налага от представените емпирични данни е, че публичните предприятия от извадката имат незадоволително ниво на оповестяване по отношение на информацията, касаеща тестването на репутацията за обезценка. Последната колона на таблицата показва, че само едно от предприятията изпълнява повече от 50% от изискванията за разкриване на информация („Албена“ АД), като за останалите предприятия този процент е под 50%. Едно от предприятията, признали обезценка на репутацията си през изследвания период (ТБ ЦКБ АД), не е оповестило информация по нито един от критериите, които сме изследвали.

Получените резултати от изследването се доближават до резултатите на Георгиева по отношение на счетоводните обезценки на нетекущите активи, според която е налице „слабо приложение на МСС 36 – *Обезценка на активи* от публичните предприятия в България ... като 94% от предприятията попадат в групата на тези с ниско ниво на общата оценка на обезценяване“.⁴¹⁵ В своя монографичен труд Георгиева изключва именно репутацията, която е обект на настоящото изследване. Като специфичен обект на отчитане, репутацията изисква специално внимание и анализиране. Нашите резултати недвусмислено показват, че публичните предприятия в България доста често „забравят“ да обезценят репутацията си и тя присъства необосновано продължително време във финансовите им отчети. Фактът, че само 5 от изследваните предприятия са признали обезценки на репутацията си в някой от изследваните отчетни периоди е показателен за това. Съществуват финансови отчети, в които репутацията не е била обезценявана никога след първоначалното ѝ признаване, от което са изминали повече от 5 години, например:

- През изследвания период загуби от обезценки не са признали: Спида АД, Софарма трейдинг АД, Холдинг Варна АД, Трейс груп холд АД, Еврохолд България АД, Стара планина Холд АД.
- В КФО на „Трейс груп Холдинг“ АД фигурира репутация,

⁴¹⁵ Георгиева, Д., Цит. Съч., с. 179.

призната първоначално през 2008 г., която до този момент не е обезценявана никога. Липсва информация за провеждани годишни тестове за обезценка и посочване на ключови параметри от теста.

- В КФО на „Еврохолд България“ АД репутацията присъства от 2007 г. като 86 % от стойността ѝ се дължи на консолидирането на „Евроинс Иншурънс Груп“ ЕАД, което е 100% собственост на „Еврохолд България“ АД. Много важен детайл е, че тази репутация представлява над 100% от собствения капитал на „Еврохолд България“ АД като през 2016 г. нейният дял достига 164% и 61,96% от собствения капитал на „Евроинс Иншурънс Груп“ АД. Евентуално признаване на обезценки за последните 10 години след първоначалното ѝ признаване би довело до отрицателни стойности на собствения капитал на „Еврохолд България“ ЕАД и значително би намалило размера на собствения капитал на „Евроинс Иншурънс Груп“ АД, което според нас може да стои в основата на признаването на счетоводни обезценки на репутацията. В този случай в КФО на крайното предприятие-майка „Еврохолд България“ АД липсва каквато и да е информация за провеждани годишни тестове за обезценка и посочване на ключови параметри от тях. Такава може да се намери в бележките към КФО на междинното предприятие-майка - „Евроинс Иншурънс Груп“ ЕАД, което в своя КФО е натрупало репутация от осъществените придобивания в размер на 164 664 хил. лв. като близо 62% от тази репутация е свързана с придобиването на ЗД „Евроинс“ (101 395 хил. лв.) и 32% - с придобиването на „Евроинс Румъния Застраховане и Презастраховане“ АД (52 715 хил. лв.). „Евроинс Иншурънс Груп“ АД е оповестило подробна информация относно извършените тестове за обезценка, като е оповестило ЕГПП, към които е разпределена репутацията, базата за изготвяне на прогнозните парични потоци, начина на определяне на възстановимата стойност, дисконтовия процент и темпът на растеж, но не е посочен периодът на прогнозиране на паричните потоци. Оповестени са конкретни стойности за темпа на растеж и нормата на дисконтиране, а не посочване на определен диапазон, при които след проведените тестове не са налице

индикации за обезценка на репутацията.

- В консолидирания отчет за финансовото състояние на „Стара планина Холд“ АД за 2012 и 2013 г. присъства статията „Търговска репутация“ на стойност 324 000 лв. Тъй като липсват пояснителни бележки по отношение на статиите във финансовия отчет, не става ясно кога и при каква сделка е възникнала репутацията и точно както се е появила „незнайно“, така и „изчезва“ от финансовия отчет през 2014 г. без нито един ред пояснение за това дали е била обезценена, дали е отписана поради загуба на контрол или продажба на придобитото дъщерно предприятие и т.н.

По отношение на оповестяването на ключови показатели, използвани при тестовите за обезценка считаме, че следва да бъдат изследвани и останалите предприятия, които не са признали счетоводни обезценки на репутацията си, тъй като те не са освободени от оповестяване на подобна информация. Нещо повече – считаме, че в някои случаи посочването на ключовите показатели, имащи отношение към тестването за обезценка, би увеличило прозрачността върху решенията на мениджмънта за признаването или непризнаването на счетоводни обезценки на репутацията. В това отношение единствено от „Холдинг Варна“ АД са оповестили подобна информация, независимо че не са признали счетоводни загуби от обезценка на репутацията. Предприятието е оповестило ЕГПП, към които е разпределена репутацията и начина за определяне на възстановимата стойност на ЕГПП, която е определена на базата на изчислената стойност в употреба, включваща детайлна 3-годишна прогноза и екстраполация на очакваните парични потоци за оставащия полезен живот на ЕГПП. Посочени са темповете на растеж, определени от ръководството и дисконтовия фактор за всяка една от ЕГПП. Оповестената информация в КФО за 2016 г. е в следния вид:

	Темп на растеж/спад		
	2016	2015	2014
Варна Риълтис ЕАД	2,56 %	1,88 %	27,77 %
М САТ Кейбъл ЕАД	-21,55 %	-1,46 %	12,40 %
Медийна група Черно море ЕООД	-34,56 %	-7,08 %	-
Св. Св. Константин и Елена Холдинг АД	6,15 %	0,75 %	-8,76 %

Фиг. 24 – Извадка от КФО за 2016 г.

Прави впечатление очертаващата се тенденция към намаляване на растежа при три от четирите ЕГПП като най-осезаемо е намалението за „М САТ Кейбъл“ ЕАД и „Медийна група „Черно море““ ЕООД, които отбелязват спад от над -20% през последната година. Въпреки тези резултати е посочено, че „очакванията на ръководството на Групата са за възстановяване на съответните пазари и средногодишно нарастване на приходите и паричните потоци от 1-2% в средносрочен и дългосрочен план“, което е използвано като основание за непризнаване на счетоводни загуби от обезценки.

Посочените от нас констатации относно използването на ключови променливи в теста за обезценка показват широкото поле от възможности, които са дадени на мениджмънта да влияе върху крайните резултати, като заложи прекалено оптимистични (или песимистични) норми на растеж, период на прогнозиране на паричните потоци и т.н., които на практика не съответстват на ръста на съответния отрасъл, но по никакъв начин не могат да бъдат обективно контролирани. Ето защо посочването на стойности за отделните индикатори считаме, че следва да се извършва на база ЕГПП, а не общо, каквато е масовата практика.

Всички посочени констатации са основание да се направи заключението, че формулираната изследователска хипотеза, че обезценката на репутацията се извършва при не достатъчно ясни критерии и при неспазването на изискванията на МСС 36 се потвърждава.

2. Обща оценка на нивото на оповестяване на репутацията. Възможности и препоръки за подобряване на съществуващите практики при признаването, оценяването и оповестяването на репутацията.

2.1. Обща оценка на нивото на оповестяване на репутацията. Индекс на оповестяване (ИО).

Както вече беше посочено, постигането на оценка за нивото на оповестяване е обект на научни публикации от средата на 60-те години на миналия век, като са се оформили три основни групи изследователи, прилагачи различни подходи и методи за оценка. Прегледът на съществуващите изследвания в последните години показва, че изсле-

дователите използват основно индекси за оповестяване.

За целите на извършване на анализа, считаме, че използването на непретеглен индекс би било подходящо и той може да бъде от дихотомен тип, като всяко съответствие с изискванията се точкува с 1 т., а несъответствието с 0 точки. Общият вид на индекса е следният:

$$\text{Индекс на оповестяване} = \frac{\text{Брой точки на конкретното предприятие}}{\text{Възможен максимален брой точки}}$$

Изискванията за задължително оповестяване на информация по отношение на репутацията, както вече изяснихме, се съдържат в приложимите международни стандарти МСФО 3 – *Бизнескомбинации* и МСС 36 – *Обезценка на активи*. Най-съществените изисквания за оповестяване са поместени в таблица 20 :

Таблица 20

Нормативно основание	Съдържание на изискването за оповестяване	Брой точки
МСФО 3, пар. 64	Наименование и описание на придобивания;	1
	Датата на придобиване;	1
	Процента на придобитите инструменти на собствения капитал с право на глас;	1
	Основните причини за бизнес комбинацията и описание как придобиващият е получил контрол над придобивания;	1
	Качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация, като очаквана синергия от комбиниране дейностите на придобивания и придобиващия, нематериалните активи, които не отговарят на условията за отделно признаване и други фактори.	1
	Справедливата стойност към датата на придобиване на цялото прехвърлено възнаграждение и справедливата стойност към датата на придобиване на всеки основен клас възнаграждения, като: парични средства; други материални или нематериални активи, включително стопанска дейност или дъщерно предприятие на придобиващия; поети пасиви, например задължение за възнаграждение под условие	1
	Информация за договорености за възнаграждения под условие и компенсационни активи	1

МСФО 3, пар. 64	Информация за придобити вземания	1
	Сумите, признати към датата на придобиване за всеки основен клас придобити активи и поети пасиви;	1
	Общата сума на репутацията, която се очаква да се приспадне за данъчни цели	1
	При изгодна покупка:	
	i) сумата на всякаква печалба, призната в съответствие с параграф 34 и статията в отчета за всеобхватния доход, в която е призната печалбата; и	1
	ii) описание на причините, довели до печалба от операцията.	1
	За всяка бизнес комбинация, в която придобиващият държи по-малко от 100 % от участията в собствения капитал в придобивания към датата на придобиване - метода за оценка на неконтролиращото участие	1
МСС 36	Броя и начина на определяне на ЕГПП в предприятието	1
	Балансовата стойност на репутацията, разпределена към ЕГПП (групата единици)	1
	Базата, на която е определена възстановимата стойност на единицата (групата единици) - стойност в употреба или справедливата стойност, намалена с разходите по продажба	1
	Ключовите предположения, въз основа на които мениджмънтът е базирал прогнозите за паричните потоци	1
	Описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение	1
	Крайните проценти на растеж (норма на растеж) и дисконтови проценти (норма на дисконтиране)	1
	Анализ на чувствителността, когато разумна промяна в ключово предположение би довела до обезценка	1
	Общ максимален брой точки:	20

Изпълнението на всяко от изискванията за оповестяване на информация е оценено с 1 т., а неизпълнението – с 0 точки. Максималният брой точки, които може да получи всяко от изследваните предприятия по посочените критерии, е 20 точки, което е равносилно на индекс на оповестяване, равен на 1. Поради големия обем резултатите от проведеното изследване са обобщени и представени в приложение 5. Във връзка с оценката на нивото на оповестяване на репутацията, резултатите са групирани в три равни интервала, в следствие на което предприятията са разделени в три категории според стойностите на Индекса на оповестяване:

- *1-ва категория:* Предприятия с ниско ниво на оповестяване –

при стойности на индекса от 0,00 до 0,33.

- *2-ра категория:* Предприятия със средно ниво на оповестяване – при стойности на индекса от 0,34 до 0,66.
- *3-та категория:* Предприятия с високо ниво на оповестяване - при стойности на индекса от 0,67 до 1,00.



Фиг. 31 – Стойности на индекса на оповестяване за периода

Източник: Собствени изчисления на автора на база информацията от КФО (Приложение 1)

На базата на информацията за стойностите на индекса на оповестяване, предприятията са разпределени в посочените категории както следва:

Таблица 21

Категории предприятия	Брой предприятия	Списък на предприятията
Предприятия с ниско ниво на оповестяване	7	Монбат АД, ТБ ПИБ АД, Софарма трейдинг АД, ТБ ЦКБ АД, Трейс Груп Холд АД, Еврохолд България АД и Стара Планина Холд АД
Предприятия с средно ниво на оповестяване	5	Булгартабак холдинг АД, Химимпорт АД, Албена АД, Спида АД, Холдинг Варна АД
Предприятия с високо ниво на оповестяване	1	Софарма АД

Анализът на резултатите показва, че най-многобройна е групата на предприятията с ниско ниво на оповестяване, при които стойностите на индекса са в диапазона от 0 до 0,33. В тази група попадат 7 предприятия, като основните пропуски, които се наблюдават при разкриване на задължителна информация при тези предприятия са по отношение на:

- ✓ Качествено описание на факторите, които съставляват признатата репутация;
- ✓ Основните причини за бизнес комбинацията и описание как придобиващият е получил контрол над придобивания;
- ✓ Справедливата стойност към датата на придобиване на цялото прехвърлено възнаграждение и по отделни видове възнаграждения, поети пасиви, например задължение за възнаграждение под условие и т.н.
- ✓ Сумите, признати към датата на придобиване за всеки основен клас придобити активи и поети пасиви;
- ✓ Почти всички изисквания, заложи в МСС 36, които са свързани с тестването на репутацията за обезценка, като начин на определяне на възстановимата стойност на ЕГПП, крайни проценти на растеж и норма на дисконтиране, ключови предположения за паричните потоци и т.н.
- ✓ Не е оповестен анализ на чувствителността по отношение на промени в ключови предположения, които биха довели до обезценка на репутацията.

В групата на предприятията със средно ниво на оповестяване попадат 5 предприятия, като две от тях – Спида АД и Холдинг Варна АД – са със стойности на индекса в горната граница на интервала (ИО = 0,60). Като основни слабости при разкриването на информация за предприятията от тази група могат да се посочат:

- ✓ Основните причини за бизнескомбинацията;
- ✓ Качествено описание на факторите, които съставляват репутацията – това изискване е посочено от само 2 от предприятията в групата, а както споделихме по-рано е едно от ключовите според нас в цялостната концепция за признаването и оценяването на репутацията;
- ✓ Само едно предприятие е посочило справедливите стойности на признатите към датата на бизнескомбинацията активи и по-

етите задължения;

- ✓ Не посочване на метода за оценка на неконтролиращото участие;
- ✓ Макар да са посочени основните ключови предположения при тестването за обезценка, нито едно от предприятията не е посочило описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение;
- ✓ Липсва анализ на чувствителността по отношение на промени в ключови предположения, които биха довели до обезценка на репутацията.

Прави впечатление, че при оповестяванията на тази група предприятия вече се посочват и част от променливите, заложили в теста за обезценка по МСС 36, каквато информация при предходната група липсваше.

В последната категория предприятия с високо ниво на оповестяванията е включено само едно предприятие – Софарма АД. Според резултатите от изследването ИО за това предприятие е 0, 70, което на практика означава, че са изпълнени 70% от задължителните изисквания на счетоводните стандарти по отношение на разкриването на информацията относно репутацията. Въпреки високите резултати на предприятието, и в неговите финансови отчети могат да бъдат посочени слабости, като например:

- ✓ Липсва ясно посочване на основните причини за бизнес комбинацията и описание как придобиващият е получил контрол над придобивания;
- ✓ Сумите, признати към датата на придобиване за всеки основен клас придобити активи и поети пасиви;
- ✓ Описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение при осъществяване на теста за обезценка;
- ✓ Липсва анализ на чувствителността по отношение на промени в ключови предположения, които биха довели до обезценка на репутацията, а част от ключовите предположения макар и оповестени са посочени в твърде широки интервали (например: норма на растеж от 0 до 55%; норма на дисконтиране от 5,6% до 36,9% и т.н.), което дава възможности за управление на резултатите от проведените тестове от страна на мениджмънта.

Като обобщен показател за нивото на оповестяване може да бъде разгледана средната аритметична стойност на индекса на оповестяване, която за изследваните предприятия е 0,31, както и стойността на медианата – 0,25, която използваме за минимизиране на влиянието на крайните стойности (Приложение 5). Този резултат показва, че общото ниво на оповестяване на репутацията във финансовите отчети е близо до средното, но все още остава в границите на ниското ниво. Направените заключения ясно контрастират на фона на все по-засилващото се търсене на информация относно признатата репутация във финансовите отчети на предприятията и по-специално по отношение на ефектите от съществуващата регламентация на последващото ѝ отчитане. Анализът на резултатите от проведеното изследване налага заключението, че като цяло оповестяванията по отношение на репутацията в редица случаи се изготвят чисто формално и имат по-скоро бланкетен (шаблонен) характер, както по отношение на първоначалното ѝ признаване, така и по отношение на последващото ѝ оценяване. Налице са множество примери (които бяха изложени) за оповестявания, които са идентични през отделните отчетни периоди във финансовите отчети на едно предприятие. Освен това, обаче, са налице и оповестявания във финансовите отчети на различни предприятия, които удивително си приличат като стил, използвани изрази, терминология и т.н. Тази констатация дава основание да се говори за своеобразен „жанр“ в оповестяванията по отношение на репутацията, като под „жанр“ разбираме кратката дефиницията на Miller⁴¹⁶, според която това са „типични реторични действия, основаващи се на повтарящи се ситуации“. Подобно заключение за наличие на жанр в оповестителните бележки е в синхрон с вижданията на Gibbins и др.⁴¹⁷, според които компаниите управляват стратегически своите комуникации със заинтересованите страни, включително счетоводните оповестявания, като същевременно реагират тактически на конкретни обстоятелства и предоставят относително механични отговори на регулаторните кодекси и други подобни изисквания. Това заключение е от изключителна важност, тъй като показва,

⁴¹⁶ Miller, C. R. Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 1984, 70, pp.151-167.

⁴¹⁷ Цит. по. Rutherford, B., Genre Analysis Of Corporate Annual Report Narratives. A Corpus Linguistics-Based Approach, *Journal of Business Communication*, Vol. 42, No. 4, October 2005, pp. 349-350.

че управлението на информацията е един от основните стратегически фактори за качеството на оповестителните бележки към финансовите отчети на предприятията, който изисква постоянно внимание на оперативно (тактическо) равнище с цел да се постигнат определени изисквания, които са обект на честа промяна от регулаторните органи. В тази връзка Rutherford⁴¹⁸ отбелязва, че контекстът, в който се създават счетоводните оповестявания, осигурява както възможности, така и ограничения на комуникацията и дава пример с това, че предприятията могат да изберат да използват бележките като част от една по-широка комуникационна стратегия за заинтересованите страни, както и да отговорят на тесни регулаторни изисквания, както за постигане на доверие в бележките от страна на читателите, така и за удовлетворяване на регулаторните изисквания. Развивайки тезата си за жанра при изучаването на финансовите отчети, авторът стига до заключението, че от изключителна важност е лексикалният избор, тъй като в случая бележките към финансовите отчети са „произведени“ под влиянието на регулаторни указания, изискващи неутралност. Това обяснява в известна степен наличието на минимален набор от оповестявания, които обаче в съдържателно отношение не разкриват почти никаква информация и често използват т.нар. деперсонализация на текста. Така например, често срещани изрази при българските публични компании са: „Групата оцени по справедлива стойност придобития комплекс от разграничими нетни активи“, „Групата проведе необходимите тестове за обезценка“, „в резултат от извършените анализи Групата счита, че не са налице основания за признаване на загуби от обезценка на репутацията“, „Групата би оценила всяко неконтролиращо участие по един от допустимите методи“ и т.н. За този тип оповестявания Klimczak, Dynel и Pikos⁴¹⁹, които изследват публичните компании в Полша, посочват, че „когато се сблъскват с комуникационната несигурност, предприятията използват стратегии за хеджиране на субективизацията и деперсонализация. Те следват внимателно МСФО, но загрижеността им изглежда е

⁴¹⁸ Rutherford, B., Genre Analysis Of Corporate Annual Report Narratives. A Corpus Linguistics-Based Approach, *Journal of Business Communication*, Vol. 42, No. 4, October 2005, pp. 350.

⁴¹⁹ Klimczak, K., Dynel, M. and Pikos, A. Goodwill impairment test disclosures under uncertainty, *Accounting and Management Information Systems*, 2016, Vol. 15, No. 4, pp. 657.

по-скоро към буквата на стандарта и исканията на одитора, отколкото към истинския и справедлив поглед“.

Въз основа на резултатите от изследването може да се обобщи, че *публичните предприятия не оповестяват достатъчно информация както за първоначалното придобиване на репутацията, свързана с определянето на факторите, които съставляват отчетената репутация, платената цена на придобиване и ЕГПП, към които се разпределя репутацията и т.н., така и по отношение на обезценката на репутацията, която в много случаи се извършва при неясни критерии и формалното позоваване на изискванията на МСС 36 без посочване на основните индикатори за обезценката и допусканията на мениджмънта при осъществяването на изискуемите по МСС 36 тестове.* По този начин практически се потвърждават две от формулираните хипотези на изследването. До подобни резултати в своето изследване върху обезценката на нетекущите активи в българските публични предприятия (без репутацията) достига и Д. Георгиева, която констатира, че и по отношение на останалите нетекущи активи „не са налице достатъчни оповестявания за обезценката на нетекущите активи“ както и, че „липсва ясна информация за условията, при които е изпълнен тестът за обезценка“.⁴²⁰

Формулираните в това изследване заключения, заедно с тези, посочени от Д. Георгиева, кореспондират с общите заключения на ЕОПЦК, че „качеството на оповестяването относно подхода на мениджмънта по отношение на предположенията при определяне на справедлива стойност, намалена с разходите по продажба, може да бъде подобро“, както и фактът, че определените проценти на растеж „могат да изглеждат прекалено оптимистични, особено в сравнение с дългосрочните очаквания на инвеститорите, отразени в пазарната капитализация“.⁴²¹

По отношение на факторите и причините за тези резултати може да се търсят различни обяснения най-често в следните направления:

- Липсата на интерес (най-вече инвестиционен) към представената информация по отношение на първоначалното формиране на стойността на репутацията и последващото ѝ оценяване във финансовите отчети на българските публични компании, което

⁴²⁰ Георгиева, Д., Цит. Съч., с.180-181.

⁴²¹ ESMA, Цит. Съч., с. 12-14.

е свързано и със структурата на собствеността на тези предприятия у нас;

- Липсата на достатъчно оповестявания, свързани с първоначалното признаване на репутацията и липсата на качествено описание на нейните характеристики и ЕГПП, към които тя е разпределена улеснява мениджмънта при последващото тестване за обезценка на репутацията;
- Неспазването на изискванията на пар. В.64 (i) от МСФО 3 – *Бизнескомбинации* за оповестяване на справедливата стойност на основните видове признати активи и поети пасиви може да се разглежда като предпоставка за манипулиране на размера на признатата репутация от една страна и възможности за влияние върху бъдещите финансови резултати на предприятието – от друга, посредством прехвърлянето на стойност върху репутацията за сметка на други амортизируеми нематериални активи.
- Сложността на процедурите, залегнали в изискванията за провеждане на теста за обезценка в МСС 36, които са свързани с множество професионални преценки, а често пъти могат да оскъпят значително провежданите тестове;
- Възможността посредством обезценката на репутацията да се влияе върху финансовите резултатите на предприятията и върху цените на публично търгуемите им ценни книжа;
- Нежелание от страна на мениджмънта на предприятията за разкриване на информацията относно обезценката на репутацията. Това нежелание се свързва със следните обстоятелства:
 - обезценката на репутацията може да се приеме като сигнал за инвеститорите, че бъдещите парични потоци (или приходи) ще бъдат по-ниски от очакваните тогава, когато репутацията е била призната;
 - навременното разкриване на такива „лоши новини“ може да има отрицателни последици за мениджмънта;
 - предприятията може да се колебаят да намалят размера на репутацията си, за да избегнат впечатлението, че са взели лошо инвестиционно решение;
 - обезценката на репутацията може да се разглежда

- като реакция на способността (или неспособността) на мениджмънта за адекватно определяне на цената на бизнескомбинацията или за постигане на ефективна интеграция на придобития бизнес;
 - установената система на възнаграждение на мениджмънта оказва влияние върху вероятността от признаване на обезценки на репутацията;
 - новоназначените мениджъри са по-склонни към признаване на загуби от обезценки за периоди, в които те не са ръководили предприятията.
- Липсата на санкциониращ механизъм, който да дисциплинира предприятията при неспазването на изискванията за оповестяване, заложиени в приложимите счетоводни стандарти.

Въпреки направените констатации за ниско ниво на оповестяване считаме, че правото на преценка следва да се разглежда като неотменен аспект на счетоводството и именно по степента на преценка, която се дава на управлението на предприятието, се различават и отделните счетоводни законодателства. Не следва да се пренебрегва фактът, че в определени случаи мениджмънтът е поставен в ситуация, в която следва да балансира между оповестяването на уместна и надеждна информация от една страна и намаляването на информационните разходи и най-вече на конкурентните рискове – от друга, но пък и не следва тези аргументи да се използват като оправдание за липсата на яснота и прозрачност. По принцип свободата на действие позволява на мениджърите да сигнализират (оповестят) определена частна информация на инвеститорите и по този начин да се подобри информационната стойност на финансовите отчети на предприятието, но в много от случаите, както вече изяснихме, това просто си остава в „бъдеще пожелателно време“ което прави съществуващите оповестявания неефективни.

2.2. Насоки за подобряване на съществуващите практики при оповестяване на репутацията във финансовите отчети на предприятията.

Обективният анализ на разгледаните практики на изследваните български публични предприятия до голяма степен потвърждава резултатите от представените от нас авторитетни изследвания в глава 2 на

дисертационния труд. В този смисъл, формулираните от нас насоки за подобряване на съществуващите практики по признаване и последващо оценяване на репутацията могат да бъдат отнесени с пълна сила и по отношение на българските публични дружества. Убедено считаме, че оповестяването на достатъчно и качествена информация относно репутацията може да се разглежда като показател за степента на добросъвестност, с която ръководството е приложило изискванията на счетоводните стандарти, както по отношение на първоначалното признаване на репутацията, така и при последващото ѝ оценяване. Разглеждаме нивото на оповестяване като неразривно свързано с ефективността на резултатите като считаме, че качеството на оповестяванията би се повишило, ако те предоставят възможност на потребителите да разберат финансовите ефекти от загубите от обезценка, признати през определен период.

По отношение на резултатите от проведеното емпирично изследване, в известна степен споделяме позицията на IASB, че значителна част от трудностите са поведенчески, свързани с нежеланието на мениджмънта да извърши или да оповести напълно резултатите, свързани с репутацията, а не се дължат в толкова голяма степен на самите изисквания на стандартите (МСС/МСФО). Тези констатации отново извеждат на преден план нашата теза, че понякога оповестителните бележки се правят по-скоро чисто формално от гл.г. на спазване на буквата на стандарта, по шаблон и без да се проявява професионална преценка от страна на ръководството, което прави информацията, оповестена по този начин неефективна и неползена за крайните потребители. Въпреки това не може да не отбележим отново, че формулираните изисквания в МСС 36, отнесени към тестовете за обезценка на репутацията, са твърде сложни и даващи широко поле за проява на субективни оценки. Липсата на ясен и работещ механизъм за осъществяване на контрол върху оповестената информация е друг фактор, който оказва влияние върху състоянието на оповестяванията на българските предприятия. Единственият външен контрол, който се реализира на практика, е от страна на независимите одитори, които извършват заверка на ГФО на предприятията. Те обаче също са изправени пред сериозни предизвикателства при професионалната си преценка, тъй като значителна част от оповестяванията съдържат допускания на мениджмънта, свързани както с първоначалното определяне на цената за осъщественото придобиване и формирането на стойността на

репутацията, така и в следствие – при последващото ѝ оценяване, когато се налага да бъдат проверявани прогнозите на мениджмънта за бъдещото развитие на предприятието. Ето защо всяка информация, която подлежи на верифициране изисква комплексна оценка на съществуващото състояние на предприятието, ясни и точни прогнози за бъдещото развитие в контекста на отрасъла, региона, пазара и т.н. Тези обстоятелства са много често не просто е трудни, а дори невъзможни за проверка, което не следва да се разглежда като удобно оправдание за съществуващите очевидни недостатъци в част от оповестяванията към финансовите отчети на изследваните предприятия. Подобни виждания споделят Greco и др.⁴²², които откриват сериозни доказателства, че предишният опит с репутацията от страна на одитора и познанията му по отношение на одитирания отрасъл намаляват възможностите на управленската субективност, свързана с обезценката на репутацията и оказват влияние върху качеството на счетоводните оценки. Освен това не е възможно отчетността и функционирането на публичните дружества у нас да е функция единствено на независимите одитори, а следва да се потърси мястото и ролята на Комисията за финансов надзор (КФН) в този процес.

Водени от констатираните недостатъци на оповестяванията в практиката на българските предприятия, считаме, че подобряването на качествения им характеристики може да бъде постигнато посредством:

- По-стриктно спазване на съществуващите изискванията към оповестяване на качествена информация, свързана с факторите, които съставляват репутацията при нейното първоначално признаване. Такива оповестявания на практика липсват, а както вече изяснихме - според нас по този начин се прави своеобразна дисекция на мотивите, които стоят зад платената премия при придобиването, която води до възникването на репутацията;
- По-стриктно спазване на изискванията за оповестяване на броя и начина на определяне на ЕГПП, към които се разпределя репутацията. Това условие считаме, че е важно от гл.т. на възможностите за управление на резултатите от тестовете за обезценка при неточно определяне на обхвата на ЕГПП;

⁴²² Greco, G., Ferramosca, S., D'Onza, G., Causholli, M., Industry Specific and Task Specific Auditing Expertise: The Case of Goodwill Impairment (October 20, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3056459>, видяна на 05.10.2017.

- Съблюдаване за оповестяване на разпределянето на цената на придобиване между придобитите разграничими материални и нематериални активи и формираната репутация при придобиването;
- Изрично посочване на аргументирана информация относно всички допускания, които са направени при извършването на теста за обезценка и промените за текущия период, както и оповестяването на информация за ключовите параметри на теста за обезценка по отношение на отделните ЕГПП;
- Повече ангажираност от страна на мениджмънта при оповестяване на необходимата информация. Без да спираме вниманието си изрично върху изследване на Докладите за дейността на предприятията от извадката установихме, че при две от изследваните предприятия представените от ръководствата резултати за състоянието на бизнеса и прогнозите за развитие биха могли да се приемат като индикатор за обезценка, но въпреки това в оповестителните бележки към финансовия отчет липсва каквато и да е информация за това, което ни кара да считаме, че веднъж декларирана позицията на мениджмънта в Доклада за дейността следва да бъде транспонирана без промени и в останалите елементи на ГФО;
- Изпълнението на реални надзорни функции от страна на КФН и БФБ чрез регулярни извадкови проверки на най-ликвидните борсово търгуеми дружества и при съмнение за недобросъвестност - налагане на санкции чрез изваждане на книгата им от Индекса, мораториум за търгуване и т.н.

Реализирането на посочените мерки считаме, че ще подобри оповестяванията при спазването на съществуващите правила, залегнали в счетоводните стандарти. Въпреки това считаме, че са необходими промени в част от нормативните изисквания при действащия режим за признаване и последващо оценяване на репутацията, които ще допринесат за повишаване на качествените характеристики на оповестителните бележки, свързани с репутацията. Тези промени могат да бъдат очертани по следния начин:

- ✓ Въвеждане на изискване за оповестяване на репутацията по възрастова структура, като се посочват и измененията, настъпили

в стойността на репутацията през годините след нейното първоначално признаване. Това изискване може да бъде реализирано на практика посредством следния примерен модел за оповестяване:

Пример:

	<i>Репутация 1 (хил. лв.)</i>	<i>Репутация 2 (хил. лв.)</i>	...	<i>Общо (хил. лв.)</i>
<i>1. Отчетна стойност</i>				
<i>2. Натрупан коректив от обезценки:</i>				
<i>3. Балансова стойност в началото на периода:</i>				
<i>4. Промени през периода:</i>				
<i>4.1. Обезценка</i>				
<i>4.2. Отписване</i>				
<i>4.3. Преоценка поради промяна на валутни курсове</i>				
<i>5. Балансова стойност в края на периода:</i>				
<i>Година на първоначално признаване</i>				X

Полезността на предложения примерен модел на оповестяване търсим в следните аргументи:

- Осигурява се информация относно всяка възникнала репутация при осъществените бизнескомбинации както по отношение на нейната стойност, така и по отношение на периода на възникването ѝ;
- Осигурява се информация относно натрупаните изменения на стойността на репутацията по видове и по възрастова структура от момента на първоначалното ѝ признаване до датата на изготвяне на финансовия отчет;
- Дава информация относно действията на ръководството на предприятието по отношение на отделните репутации, призна-

- ти във времето, каквато информация на сегашния етап липсва;
- Следенето на възрастовата структура на репутацията за предприятия, които са избрали пътя на развитие и разрастване посредством бизнескомбинации е от особено значение предвид съществуващите изследвания, според които стойността на придобитата репутация намалява във времето и се заменя с вътрешно – генерирана такава. Този период, както посочихме според различни изследвания е между 5-7, а в някои изследвания до 10 години.
 - ✓ Задължително оповестяване на информация за разпределянето на репутацията към ЕГПП, както и за параметрите и допусканията, които ръководството е направило през текущия и предходния отчетен период във връзка с тестовете за обезценка на репутацията.

Пример:

Оповестяване на информация за Репутация 1:

Репутация 1, <i>разпределена към следните ЕГПП:</i>	Стойност (хил. лв.)		Ключови параметри	Период	
	Текуща година	Предходна година		Текуща година	Предходна година
ЕГПП 1: (хил. лв.)	70 000	1.Норма на растеж: 2.Норма на дисконтиране: 3.Период на ППП: 4.Цена на дълга: 5.....	3 -5%	4-7%
ЕГПП 2: (хил. лв.)	20 000	1.Норма на растеж: 2.Норма на дисконтиране: 3.Период на ППП: 4.Цена на дълга: 5.....		
ЕГПП 3: (хил. лв.)	30 000		

Считаме, че оповестената по този начин информация би била полезна по следните причини:

- Осигурява се информация за ЕГПП, към които е разпределена всяка придобита репутация, като се посочва и стойността на репутацията, разпределена между отделните ЕГПП. По този начин се елиминира възможността от по-обобщено представяне на информацията по отношение на извършените тестове за обезценка.
- Осигурява се информация относно параметрите на ключовите предположения на ръководството по отношение на отделните ЕГПП, към които е разпределена репутацията. Чрез този начин на оповестяване считаме, че ще се минимизират възможностите на мениджмънта за посочване на твърде общи данни за отделните ключови променливи. Срещането на твърде общи оповестявания, в които се казва, че процентът на растеж е от 0 до 55% вече беше описано и анализирано в дисертационния труд. Това е възможно да се случи, тъй като ръководството оповестява изменението на тази ключова променлива за всяка ЕГПП по отделно, а общо за всички ЕГПП по отношение на цялата призната репутация. Така на практика наистина една ЕГПП може да се развива с много по-бързи темпове от друга, но при липсата на адекватно оповестена информация за разпределението на репутацията по ЕГПП и параметрите на променливите за всяка отделна ЕГПП, ползвателят на информацията няма как да направи обосновано заключение относно достоверността на проведените тестове.
- Представянето на информация относно параметрите на ключовите променливи, участващи в теста за обезценка ще даде възможност на ползвателите на финансова информация да направят анализ на обосноваността и обективността на заложените в тестовете предположения чрез съпоставянето им в динамичен план с финансовите показатели на конкретното предприятие, на отрасъла, региона и т.н. Освен това следва да имаме предвид, че така представените показатели за отделни ЕГПП дават информация относно ключови стойности на специфични показатели за съответния отрасъл, а също така могат да бъдат верифицирани и с прогнозите за развитие, заложените в Доклада за дейността, изготвен от ръководството.

- ✓ При наличие на обединяване на ЕГПП, свързано с реструктуриране на дейността, да се въведе задължително оповестяване на причините и начина на разпределяне на репутацията между ЕГПП с посочване на сравнителна информация за предходния отчетен период, използвайки представените примерни модели за оповестяване.

В заключение може да се обобщи, че обективният анализ на изложеното от нас налага извода, че съществуващите правила, залегнали в МСС/МСФО от една страна са свързани с изпълнението на прекалено сложни процедури при практическото им реализиране, а от друга – дават възможност за проява на относително високо ниво на субективност от страна на ръководствата, като това се превръща в удобна причина и оправдание за предприятията да ги избягват чрез прилагане на различни техники, което в крайна сметка води до манипулиране или формално изпълнение на минималните изисквания за разкриване на информация, която обаче така оповестена – не е полезна. Потвърждение на тезата за необходимост от по-ясни и подробни оповестявания относно репутацията откриваме и в становището, изразено от Борда за международни счетоводни стандарти, който на своя редовна среща през м.април 2018г., обсъждайки бъдещи подобрения при отчитането на бизнескомбинациите, отбелязва, че в годината, в която се осъществява бизнес комбинацията, предприятието следва задължително да оповести *„причините за плащане на премия, надвишаваща стойността на нетните разграничими активи, придобити в бизнес комбинацията”*, (IFRS, 2018) т.е. да разкрие мотивите, които стоят в основата на придобиването - теза, която винаги сме отстоявали.

Ето защо казаното от Bauer, O'Brien и Saeed, че „за мениджър, който има интерес да изкриви резултатите, красотата на репутацията е, че обосноваването на първоначалната ѝ стойност е трудно и доказването на последващото ѝ обезценяване е почти невъзможно“⁴²³ изглежда съвсем реалистично в условията на действащите МСС/МСФО. Тази констатация от своя страна налага търсене на решения, които са възможни в две основни посоки:

- Запазване на съществуващия режим на отчитане на репутацията и подобряване на изискванията за оповестяваната ин-

⁴²³ Bauer et al., 2014, Цит. съч.

формация, съчетано с въвеждане на контролен механизъм за проверка на изпълнението на изискванията за задължителните оповестявания, *или*

- Промяна на режима на отчитане на репутацията и въвеждане на т.нар. смесен режим, при който репутацията се амортизира за определен максимален период от време в комбинация с изискването за тестване за обезценка при наличие на индикации за намаляване на стойността ѝ, което не е отразено чрез начислените годишни амортизации.

Заключение

Търговската репутация като обект на счетоводството винаги е вълнувала както учените, които са се посветили на нейното изследване, така и специалистите от практиката. Още от времето на първоначалното ѝ споменаване през 16 век и в последствие присъствието ѝ в публикациите на редица автори от края на 19 век и до днес репутацията си остава един от най-противоречивите обекти на счетоводството. Изследователите и авторите на счетоводни стандарти търсят различни начини за нейното обяснение, метрифициране и докладване в контекста на финансовата отчетност, докато специалистите в практиката са изправени пред редица трудности в търсенето на възможно най-добрите решения при представянето ѝ във финансовите отчети от гл.т. на отделното предприятие при спазване на комплексните и доста сложни изисквания на нормативната уредба от една страна и опасенията от разкриването на твърде много чувствителна информация за бизнеса – от друга.

Интересът към настоящото изследване беше провокиран от специфичният и противоречив характер на репутацията като обект на счетоводството, който я поставя в центъра на дебата около бизнескомбинациите и почти неизменна част от работния план на IASB и FASB. Към тези аргументи следва да се прибавят и постоянно нарастващите критики към счетоводството, че не е в състояние да обясни и измери реалната пазарна стойност на предприятието, зад която различни автори виждат сянката на т.нар. „интелектуален капитал“, вътрешна репутация и т.н., както и продължаващата тенденция за плащане на много високи премии за получения контрол над стойността на придобития имуществен комплекс в дадена бизнескомбинация, водещи до формирането на значителни по размер репутации. Водени от разбирането на Дж. М. Кейнс, че добрият икономист се стреми да изучава настоящето в светлината на миналото и за целите на бъдещето, възприехме историческия подход в изучаването на репутацията като счетоводна категория. Проведеното изследване беше базирано на историческото изучаване на теоретичните постановки на проблема и на предложените решения с практически характер, като за целта бяха разгледани редица изследвания на утвърдени автори и организации в световен мащаб и

беше извършено проучване върху практиката на българските публични предприятия. На база на извършеното проучване могат да бъдат систематизирани **някои по-важни изводи**:

1. Извършеният преглед на развитието на концепцията за репутацията в исторически аспект ни позволи да обособим различни периоди (етапи) в нейното развитие с ясното разбиране, че не може да търсим точно конкретна историческа дата при тяхното определяне. По-скоро като времеви разграничител сме използвали отделни събития, които са имали съществено значение в развитието на концепцията за репутацията в счетоводството, като публикуване на нови стандарти, възприемане на нови идеи и постановки, промяна в бизнес средата, която води да промяна на съществуващите правила и т.н. Изучавайки историята на репутацията може убедено да считаме, че установяването на едни или други счетоводни правила винаги следва да бъде разглеждано през призмата на конкретните социално-икономически обстоятелства на епохата, в която се развиват, тъй като съществуват редица примери, че интересите на различни социално-икономически групи са били и са тясно вплетени при счетоводното третиране на репутацията. Появявайки се за първи път в съдебните актове от 18-19 век, преминавайки през развитието на търговските операции, на бизнеса и индустриалната революция, „преживявайки“ Великата депресия и намирайки своето място в писаните счетоводни правила до наши дни, репутацията винаги е била обект на противоречия както в академичните, така и сред бизнес средите, инвеститорите, собствениците и акционерите, мениджърите на компаниите, одитори, банкери, финансови анализатори практикуващите счетоводители, тъй като всяка от тези заинтересовани обществени групи преследва свои интереси и има свои виждания за мястото на репутацията във финансовите отчети.

2. развитието на идеите за репутацията в България следва да бъде разглеждано паралелно с развитието на българската счетоводна наука в исторически план, като следва да отбележим, че значителна част от публикациите на наши автори от началото на 20 век (зората на репутацията в Европа) се опират до представителите на френската и немската счетоводни школи, като част от издаваните книги са преводни от френски, немски или гръцки. Макар да не претендираме за абсолютна изчерпателност по отношение на обхвата на разгледаните автори, може да кажем, че в българската специализирана литература по счетовод-

ство репутацията винаги е намирала своето място. Още в зората на литературния период на репутацията (1910–1920 г.), следвайки публикациите на видни европейски автори по темата, нашите учени са се опитвали да придадат и местно звучене на този въпрос. През годините на социализма репутацията е била заклеймена като перо в баланса, което пък е следствие от наложения модел на собственост и икономически отношения. В наши дни интересът към темата отново е на дневен ред и присъства в публикациите на отделни автори. **В резултат на проучването са обособени три отделни периода в развитието на вижданията за репутацията в България**, а именно: а) периодът от първите години на 20 в. до края на 40-те години на 20 в.; б) от края на 40-те години до началото на 90-те години на 20 век и в) от началото на 90-те години на 20 век до наши дни.

3. Две от основните концепции за репутацията, а именно концепцията за „супер печалбите“ и концепцията за „остатъчната стойност“, които често са сочени като дефиниции на репутацията, не са насочени към определянето на същността на репутацията, а по-скоро описват методите за измерване и оценяване на репутацията. По наше виждане **репутацията е нематериален актив, неотделим от бизнеса като цяло, представляващ различни нематериални фактори, допринасящи за капацитета на предприятието да реализира възвръщаемост, надвишаваща нормалната възвръщаемост от използваните активи, за които придобиващото предприятие е готово да плати сума над справедливата стойност на придобитите разграничени нетни активи**. Тези нематериални фактори са различни за отделните предприятия, но могат да включват елементи като висш управленски екип, хармонични трудови отношения, благоприятно местоположение, уникален производствен процес, добра бизнес репутация, установена клиентела, пазарен дял и т.н. Платената премия при придобиването е именно за тези нематериални фактори, които създават стойност, която не е докладвана във финансовите отчети. Тези нематериални фактори, които стоят в основата на репутацията, трудно могат да бъдат идентифицирани и ако това е възможно, не могат да бъдат оценени отделно.

4. Обективният анализ на развитието на нормативното регламентиране на репутацията показва, че влиянието, което имат капиталовите пазари върху отчетността на компаниите в комбинация с размера на

признатата репутация във финансовите отчети на предприятията след сделката следва да се разглежда и като един от главните двигатели на нормативното регламентиране на репутацията в световен мащаб. Няма как да не се отбележи, че именно счетоводните правила при отчитане на бизнескомбинациите и в частност репутацията са едни от подложените на критики и обвинения за лобизъм – икономически и политически – при тяхното регламентиране. Нашето изследване показва, че е налице определена **цикличност при регламентирането на репутацията**, която също считаме, че може да бъде разгледана като израз именно на промяната на икономическите и политически интереси в обществото, които търпят промяна през годините. Логичният извод, който се налага е, че **нормативното регламентиране на репутацията е поставено под сериозно обществено наблюдение с цел постигането на по-качествена и полезна информация**. Като следствие може да се посочи, че въвеждането на специални правила в счетоводните стандарти и стремежът към тяхното постепенно хармонизиране има за резултат повишаване на сравнимостта на публикуваната информация от различните предприятия.

5. Оценяването на репутацията е един от най-дискусионните моменти на сегашния етап на развитие и този извод важи както за оценяването при първоначалното признаване на репутацията, така и в при последващото ѝ оценяване. Изложените резултати подкрепят аргумента, че разпределението на покупната цена към репутацията може да бъде подчинено на опортюнистични мотиви, което означава, че сумата, разпределена за репутацията не винаги следва да се разглежда като израз на потенциална синергия и винаги следва да бъде преценявана през призмата на съществуващото противоречие между мениджмънта на предприятието от една страна и акционерите и обществото от друга, в което противоречие защитата на интересите на управляващите винаги е за сметка на другите заинтересовани страни. От друга страна, съществуващият режим за последващо оценяване на репутацията е свързан с множество недостатъци, които се проявяват при неговото практическо реализиране. Извършеният от нас преглед на значимите изследвания в областта и резултатите от проведеното изследване върху отчетите на българските публични предприятия ни дават основание да споделяме виждането, че тестовете за обезценка в някои случаи са

опорочени, тъй като те предлагат на ръководителите и съставителите възможност да упражнят право на преценка в ущърб на прозрачността, съпоставимостта и полезността на информацията. При така заложените изисквания в приложимите стандарти тестът за обезценка изглежда сложно и продължително упражнение по финансова математика с резултат, който лесно може да бъде манипулиран чрез избор на „подходящите“ за ръководството параметри. Посочените от нас констатации за българските публични предприятия по отношение на използването на ключови променливи в теста за обезценка показват широкото поле от възможности, които са дадени на мениджмънта да влияе върху крайните резултати като заложи стойности, които на практика много трудно могат да бъдат обективно контролирани.

6. Посоченото в предходния параграф налага **преосмисляне на заложената методика за тестване на репутацията** в приложимите счетоводни стандарти, при което да се акцентира върху икономическата същност и характера на придобития актив, а не той да се приема просто като разлика между две величини. Считаме, че въвеждането на изискване за идентифициране на обекта, който е носител на репутацията, още в момента на сделката не е достатъчно, тъй като след сделката онова, за което всъщност е платено в повече, не е предмет на теста за обезценка. Затова тестването за обезценка следва да се извърши именно спрямо този носител на репутацията, което пък е твърде трудно и сложно, тъй като най-често се касае за качествени характеристики, които са трудни за метрифициране. В тази връзка считаме, че **възможните решения могат да бъдат насочени** към:

- ✓ Промяна на режима за последващо отчитане на репутацията и връщане на подхода за амортизирането ѝ за период не по-дълъг от 5 години, а в изключителни случаи до 10 години, като този режим се прилага в комбинация с възможността за годишно тестване за обезценка с цел установяване на загубите на стойност, които са по-големи от начислените систематични амортизации *или*
- ✓ Подобряване на изискванията при извършването на тестването за обезценка с цел намаляване на субективните фактори и възможности за влияние върху резултатите от теста, което е много трудно постижимо.

7. В резултат на проучване на проведени изследвания в специализираната литература са класифицирани индикаторите (факторите) за обезценка в две основни групи: от гл.т. на обхвата им и от гл.т. на техните характеристики. Освен това считаме, че в ролята на индикатори могат да бъдат използвани някои характеристики на типичната сделка по придобиване като например:

- размерът на признатата репутация е значителен в сравнение с придобитите нетните разграничими активи;
- значителна част от възнаграждението не е под формата на парични средства, а е за сметка на дяловите участия на придобиващия;
- придобиващото предприятие е платило значителна премия над пазарната стойност на акциите (пазарната капитализация) на придобитото предприятие.

8. Установи се, че оповестителните бележки във финансовите отчети на изследваните предприятия се изготвят по-скоро чисто формално от гл.т. на спазване на буквата на стандарта, по шаблон и без да се проявява професионална преценка от страна на ръководството, което прави информацията, оповестена по този начин неефективна и неползена за крайните потребители. Липсата на ясен и работещ механизъм за осъществяване на контрол върху докладваната информация е друг фактор, който оказва влияние върху състоянието на оповестяванията на българските предприятия. Обобщената картина, макар и на базата само на предприятията от извадката, показва **ниско ниво на съответствие при разкриването на информацията**, което е в унисон с проведени изследвания в световен мащаб. **Разработен е Индекс на оповестяване** относно репутацията като на базата на информацията за стойностите на индекса на оповестяване предприятията са разпределени в три категории. Анализът на резултатите показва, че най-многобройна е групата на предприятията с ниско ниво на оповестяване, при които стойностите на индекса са в диапазона от 0 до 0,33 (7 предприятия) и 5 предприятия със средно ниво на оповестяване. Като обобщен показател за нивото на оповестяване може да бъде разгледана средната стойност на индекса на оповестяване, която за изследваната извадка е 0,31 при въведената скала за оценяване с три диапазона и стойност на медианата, която е още по-ниска - 0,25. Този резултат показва, че

общото ниво на оповестяване на репутацията във финансовите отчети е близо до средното, но все още остава в границите на ниското ниво. Направените заключения ясно контрастират на фона на все по-засилващото се търсене на информация относно признатата репутация във финансовите отчети на предприятията и по-специално по отношение на ефектите от съществуващата регламентация на последващото ѝ отчитане. В резултат на проведеното изследване установихме оповестявания във финансовите отчети на различни предприятия, които удивително си приличат като стил, използвани изрази, терминология и т.н. Тази констатация дава основание да се говори за своеобразен „жанр“ в оповестяванията по отношение на репутацията. Ето защо се налага изводът, че *публичните дружества у нас не оповестяват достатъчно информация за първоначалното придобиване на репутацията, свързана с определянето на факторите, които съставляват отчетената репутация, платената цена на придобиване и ЕГПП, към които се разпределя репутацията и т.н. Същата ситуация се наблюдава и по отношение на обезценката на репутацията, която в много случаи се извършва при неясни критерии и формалното позоваване на изискванията на МСС 36 без посочване на основните индикатори за обезценката и допусканията на мениджмънта при осъществяването на изискуемите по МСС 36 тестове.*

9. В резултат на установените слабости по отношение на докладването на репутацията във финансовите отчети са предложени мерки за подобряване на оповестяванията и са разработени примерни модели за оповестяване, които имат за цел подобряване на качествените характеристики и повишаване на информационната стойност за потребителите на финансовите отчети.

Репутацията съществува във финансовите отчети на предприятията и нейното съществуване ще продължи, тъй като придобиванията все по-често се превръщат в инструмент за растеж както за предприятия от различни сектори на националната икономика, така и за международните корпорации. Наричана от някои автори „феномен“, „майсторска сметка“, „бомба в баланса или златно находище“, „счетоводен Франкенщайн“ и т.н., репутацията всъщност е израз на счетоводно неуловимите предимства на бизнеса, така както те са оценени от инвеститорите и колкото повече стават тези преимущества, толкова повече репутация

в резултат на осъществени придобивания ще присъства във финансовите отчети. В условията на все по-динамичното бизнес развитие, икономическата среда за предприятията се променя с бързи темпове в резултат на множество технологични промени, глобализация на бизнес процесите и все по-нарастващата роля на нематериалните активи като основен двигател на стойността. Днес нематериалните активи се смятат за ключов фактор за генериране на стойност и са в основата на потенциала на растежа и развитието на една компания, което определя и високото значение, което се придава на информацията за тези активи във финансовите отчети на предприятията, което от своя страна придава още по-голяма стойност на нашата теза за нематериалните преимущества на бизнеса. Въпросът дали счетоводно неуловимите предимства на бизнеса, които някои автори определят като „интелектуален капитал“ или „вътрешна репутация“ биха могли да бъдат обхванати и измерени от счетоводството без да са обект на бизнескомбинация е въпрос на бъдещи изследвания на автора.

Използвана литература

Литература на български език

1. Атанасов, Ат., За финансовите измерения на нефинансовата информация при осъществяването на бизнескомбинации, Сборник с доклади от научно-практическа конференция с международно участие, Изд. „Наука и икономика“, Варна, 2012, с. 435-445.
2. Атанасов, Ат., Репутацията в системата от критерии за оценка на инвестиционната привлекателност на предприятието, Управление и устойчиво развитие, ЛТУ, София, 24 (3-4), 2009, с. 158-163.
3. Атанасов, Ат., Репутацията във финансовите отчети на българските мобилни оператори - проблеми и поуки, Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения, изд. Наука и икономика, Варна, т.4, 2015, с. 192-206.
4. Атанасов, Ат., Счетоводното регламентиране на репутацията в България – исторически преглед и анализ. сп. Управление и образование, Бургас: Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, 2017, XIII (1), с. 96-106.
5. Белмер, Ф. Обща теория на счетоводството – част I, Варна, 1930.
6. Бойчев, Б., Тотев, Т., Спасов, Д., Обща теория на социалистическата счетоводна отчетност, ДИ Варна, 1964.
7. Бонев, Ж., Дочев, Ив., Бизнескомбинации – счетоводни данъчни и правни аспекти, ФорКом, 1999.
8. Велков, М. Бизнескомбинациите - същност и проблеми на счетоводното им отчитане, сп. Данъчна практика, бр. 9, 1999.
9. Вечев, В., Счетоводно интерпретиране на банковите бизнес комбинации, Сборник с доклади от научна конференция „Качество и полезност на счетоводната информация“, Изд. „Наука и икономика“, Варна, 2012, с.190.
10. Георгиева, Д., Счетоводна обезценка на нетекущите активи, Наука и икономика, Варна, 2016.
11. Гериловски, В., Теория на счетоводството, Печатница „Войниковъ“, Варна, 1937.
12. Градев, Н., Обща теория на счетоводството, Варна, 2000.
13. Димитрова, Р., *Интелектуалният капитал, балансираната система от показатели и добавената стойност в компанията*, „Икономика на знанието - възможности и предизвикателства пред висшето образование“ Научна конференция с международно участие, 13-15 юни 2008, Бургас, Сборник доклади, Бургаски свободен университет, Бургас, с. 278-286.

14. Добрев, Д., Учение за балансите от счетоводно, стопанско и юридическо гледище и с оглед към прилагането на Закона за търговските книги, Печатница на армейския военно-издателски фонд, София, 1922.
15. Добрев, Д., Теория и анализ на балансите, София, 1946.
16. Доклад на Европейския орган за ценни книжа и пазари(ЕОПЦК), Европейските правоприлагащи органи правят преглед на репутацията и други нематериални активи във финансовите отчети по МСФО, ESMA/2013/2.
17. Епстейн, Б., Мирца, А., Коментари и приложения на международните счетоводни стандарти – МСС – 2002/2003“, Изд. „Кабри“, 2002.
18. Захариев, П., Счетоводната трактовка на репутацията при формиране пазарната оценка на фирмата, сп. Български счетоводител, 9-10, 1991, с.13-19.
19. Златков, Ив., Обезценка на положителна репутация, придобита при бизнескомбинация, сп. Счетоводство XXI, април 2009, с. 2-4.;
20. Камбурова, Л., Репутацията на предприятието като обект на счетоводството – проблеми на признаване, отчитане и оповестяване, Дисертационен труд за придобиване на ОНС „Доктор“, София, 2014.
21. Костов, Б., Георгиев, Т., Преобразуване на търговските дружества, сп. Наръчник на икономиста, бр.9, 2008, Изд. Плутон-1, Пловдив;
22. Костова, Н., Организационни и методологически аспекти на оценката на предприятие, наука и икономика, Варна, 2013.
23. Тодоров, Л., Методи за оценка стойността на предприятието, сп. „Български счетоводител“, бр.23, 2005, с. 16-23.;
24. Крумова, Д., Отчетни аспекти на бизнескомбинациите, , Годишник на СА „Д.А. Ценов“, Свищов, 2002, с.298-299.
25. Mackenzie, V. etc., Международни стандарти за финансова отчетност. Коментари и приложения, Willey&Данимекс, 2014.
26. Орешаров, Н., Някои възможности за подобряване на счетоводно-информационното осигуряване на управлението при преобразуване чрез вливане или сливане на търговски дружества, сп. „Български счетоводител“, бр. 10, 2006, с.12.
27. Пандов, И., Основи и техника на счетоводството, Второ издание, София, 1945.
28. Паунов, М., Организационна култура. София, 1996.
29. Русев, Ив., Счетоводната и търговско-правната литература на Българското Възраждане, сп. Счетоводна политика, бр.1, 2/2006.
30. Свраков, Ант. и др., Счетоводство 2011, ИК „Труд и право“, София, с. 365.

31. Свраков. Ант., Размисли за счетоводството в минало и настояще време, ИК „Труд и право“, София, 2014.
32. Стефанов, Св., Относно счетоводното отчитане на приватизационните сделки, сп. Известия, бр.4, 2000, с.83.
33. Стефанов, Св., Счетоводният баланс: минало и настояще, изд. Наука и икономика, Варна, 2006, с.63.
34. Тотев, Т., Спасов, Д., Базлянков, М., Обща теория на социалистическата счетоводна отчетност, Книгоиздателство „Георги Бакалов“, Варна, 1978.
35. Тошев, Г., Счетоводство и баланси на акционерните дружества, Печатница „Художник“, София, 1942, .
36. Трифонов, Тр., Бизнес комбинации и консолидация на финансови отчети, Тракия-М, София, 2004, .
37. Филипова, Ф. и др, Учебно помагало по хармонизация на счетоводството (МСС/МСФО), ИК „Геа Принт“, Варна, 2014..
38. Филипова, Ф., “Счетоводното третиране на бизнескомбинациите: принципи, лобизъм или все повече мъгла”, Сборник доклади от научна конференция на тема “Хармонизация на счетоводството”, Варна, 2002.
39. Филипова, Ф., Бомба в баланса или златно находище, Сп. “Икономика”, бр. 11, 1991 г., с. 41
40. Филипова, Ф., Тодорова, Ст., Отчитане на бизнес комбинации и реструктурирания между предприятия под общ контрол: поглед върху българската практика, сп. ИДЕС, бр.3-4/2015.
41. Филипова, Ф., Финансовото счетоводство и качеството на финансово-счетоводната информация, Стено, Варна, 2012, с.24.
42. Филипова, Ф., Хармонизация на счетоводството. Международни счетоводни стандарти, Стено, Варна, 2001.

Литература на чужд език

1. Abughazaleh, N. M., Al-Hares, O. M., & Roberts, C., Accounting discretion in goodwill impairments: UK evidence, *Journal of International Financial Management & Accounting*, 2011, Vol. 22(3), pp.165-204.
2. Acquisition accounting – What’s next for you? A global survey of purchase price allocation practices, E&Y, 2009.
3. Alfons, M., Goodwill Accounting: The Impact of SFAS 142 and IFRS 3 on Earnings Quality, p.7/<http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=48627>, видяна на 10.07.2016.
4. Amiraslani, H., Iatridis, G.E., Pope, P., Accounting for asset impairment: A test for IFRS compliance across Europe. A research report by the Centre for Financial Analysis and Reporting Research, Cass Business School, City University, London, 2012.
5. Andre, P., Dionysiou, D., Tsavaloutas, I., Mandated disclosures under IAS 36 Impairment of Assets and IAS 38 Intangible Assets: Value relevance and impact on analysts’ forecasts, Available from: <https://www.researchgate.net/publication/317379566>, видяна на 10.06.2017.
6. Andre, P., Filip, A., Paugam, L., Examining the Patterns of Goodwill Impairment in Europe and the US, *Accounting in Europe*, 2016 / <https://ssrn.com/abstract=2867340>, видяна на 10.01.2017.
7. Avallone, F., Quagli, A. Insight into the variables used to manage the goodwill impairment test under IAS 36. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 2015, Vol. 31(1), pp. 107-114.
8. Barksjö, J., Paananen, M., Preliminary. Evidence of the Effects of the Adoption of the “Impairment-Only Approach to Goodwill in Sweden, p.15-20, <https://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/686/S63.pdf?sequence=1>, видяна 10.01.2016.
9. Bauer, A., O’Brien, P., Saeed, U., Reliability Makes Accounting Relevant: A Comment on the IASB Conceptual Framework Project (September 12, 2014). *Accounting in Europe*, Volume 11, Issue 2, pp. 211-217. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2497563> , видяна на 11.06.2017.
10. Becker, B., Sperduto, K., Riedy, M., An Examination of Goodwill Valuation Methodologies, *The Corporate Governance Advisor*, 2002, Vol. 10, No 4, pp. 35-40.
11. Belkaoui, A., *Accounting Theory*, AP Ltd, USA, 1993.
12. Bisogno, M. Goodwill and accounting discretion, ©Scholedge International *Journal of Management & Development*, Vol.02, Issue 10, 2015, pp. 9-22, DOI: 10.19085/journal.sijmd021002.
13. Bithell, R., *Counting-House Dictionary*, 2nd Edition, p.142.

14. Bloom, M., Double Accounting for Goodwill- A Problem Redefined, A thesis presented in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in The University of Sydney, 2009.
15. Boulerne S., Sahut, J.M., Teulon, F., Do IFRS Provide Better Information About Intangibles in Europe?, p.5.<http://ssrn.com/abstract=1756578>, видяна на 05.10.2016.
16. Briloff, A., Engler, C., Accountancy and the Merger Movement: A symbiotic relationship, *Journal of Corporation Law*, Vol.5(1), 1979, p.81.
17. Bugeja, M., Gallery, N., Does the value relevance of purchased goodwill differ by 'age'? The University of NSW, School of Accounting, Research seminar session 1, 2003. Available from: http://wwwdocs.fce.unsw.edu.au/accounting/news/seminars2003_s1/paper6.pdf, видяна на 05.05.2017.
18. Bugeja, M., Loyeung, A. What drives the allocation of the purchase price to goodwill?, *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 11(3), November 2015, pp. 2-41.
19. Business combinations. A Guide to IFRS 3, Deloitte, August, 2004, p.54.
20. Business Valuations: Fundamentals, Techniques and Theory, National Association of Certified Valuation Analysts, USA, Salt Lake City, 2008, p. 40 / <https://www.scribd.com/doc/211145559/Business-Valuations-Fundamentals-Techniques-and-Theory>, видяна на 10.08.2016.
21. Canning J.B., The Economics of Accountancy, The Ronald Press Company, 1929, p.42.
22. Carlin, T. M. and Finch, N., Evidence on IFRS Goodwill Impairment Testing by Australian and New Zealand Firms, Working paper: <http://ssrn.com/abstract=1550425>, видян на 10.04.2015 г.
23. Carvalho, C., Rodrigues, A., The Recognition of Goodwill and Other Intangible Assets in Business Combinations – The Portuguese Case, *Australian Accounting Review*, No. 76, Vol.26 (1), 2016, pp.4-20.
24. Casta, J-F., Paugam, L., Stolowy, H., Non-additivity in accounting valuation: Internally generated goodwill as an aggregation of interacting assets. European Accounting Association (EAA) 2011 annual meeting, Apr 2011, Rome-Siena, Italy. Financial reporting session, 2011. <halshs-00541525v3>
25. Castellano, N., Corsi, K., Del Gobbo, R., Goodwill Disclosure in Europe. Profiles of disclosing companies, *Eastern European Business and Economics Journal*, Vol.1, No. 2, 2015, pp.32-65.
26. Catlett, G.R., N.O. Olson, Accounting for Goodwill, Accounting Research Study No. 10, New York, American Institute of Certified Public Accountants, 1968.

27. Chambers, D., Finger, C. Goodwill Non-Impairment, CPA Journal 81.2, 2011, pp.38-41.
28. Chambers, D.J., Has Goodwill Accounting Under SFAS 142 Improved Financial Reporting?, April 2007, Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=953649>, видяна на 20.03.2017.
29. Chauvin, K. W. and M. Hirschey., Goodwill, Profitability, and the Market Value of the Firm, Journal of Accounting & Public Policy, Vol. 13 Iss. 2, 1994, pp. 159-180.
30. Churyk, N., Reporting Goodwill: Are The New Accounting Standards Consistent With Market Valuations?, Journal of Business Research, 58, 2005, p. 1353 – 1361.
31. Cooke, T.E., Wallace, R., Global survey of corporate disclosure practices and audit firms: a review essay, Accounting and Business Research, 2, 1989, p. 51.
32. Cooper, J., Debating Accounting Principles and Policies: The Case of Goodwill, 1880–1921, Accounting, Business & Financial History, 2007, 17:2, 241-264, видяна на 15.06.2016.
33. Culture Integration in M&A Survey Findings, Aon Hewitt, 2011.
34. D’Alauro, G., The impact of IAS 36 on goodwill disclosure: Evidence of the write-offs and performance effects. *Intangible Capital*, 9(3), 2013, pp.754-799.
35. Dechow, P. M., Skinner, D.J., Earnings management: Reconciling the views of accounting academics, practitioners, and regulators, *Accounting Horizons*, Vol. 14, 2000, p. 235-250.
36. Devine, C., Studies in Accounting Research, Volume II, American Accounting Association, 1985; Young, A., The Management Accountant and Goodwill, *Management Accounting*, 1981, pp. 19-20.
37. Dicksee, L.R., Tillyard, F., Goodwill and Its Treatment in Accounts, Gee & Co, Third edition, 1906.
38. Dicksee, L.R., Tillyard, F., Goodwill and its treatment in accounts, 4th Edition, London, 1920.
39. Ding, Y, Richard, J., Stolowy, H. Towards an understanding of the phases of goodwill accounting in four Western capitalist countries: From stakeholder to shareholder model, p.1. <http://ssrn.com/abstract=1000735>.
40. Disclosure Initiative—Principles of Disclosure, Discussion Paper DP/2017/1, March 2017, IASB, p.13.
41. Discussion Paper - Initial Accounting for Internally Generated Intangible Assets, AASB, 2008, Available from: http://www.aasb.gov.au/admin/file/content105/c9/ACCDP_IGIA_10-08.pdf, видяна на 12.04.2017.

42. Dixon, I., Culture Management and Mergers and Acquisitions, Society for Human Resource Management case study, March 2005, p.1. / https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/Documents/CMS_011564.pdf, видяна на 10.01.2017.
43. Dunse, N., Hutchison, N., Goodacre, A., Trade-related Valuations and the Treatment of Goodwill, *Journal of Property Investment and Finance*, 2004, Vol.22 (3), pp. 236-258.
44. EFRAG, What Do We Really Know About Goodwill and Impairment? A Quantitative Study, September, 2016, pp.17-19.
45. Ernst & Young, Acquisition Accounting: What's Next for You. Aglobalsurveyofpurchasepriceallocationpractices, February 2009. Available from: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Allokering_av_merverdier_ved_oprkj%C3%B8p./\\$FILE/TAS_Acquisition_accounting_Whats_next_for_you.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Allokering_av_merverdier_ved_oprkj%C3%B8p./$FILE/TAS_Acquisition_accounting_Whats_next_for_you.pdf), видяна на 10.04.2017.
46. ESMA Report European enforcers review of impairment of goodwill and other intangible assets in the IFRS financial statements, January 2013, ESMA/2013/2.
47. Esquerre, Paul-Joseph, *The Applied Theory of Accounts*, The Ronald Press Company, NY, 1914, p.243-250.
48. EU implementation of IFRS and the fair value Directive. A report for the European Commission, ICAEW, October 2007, Available from: http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/docs/studies/2007-eu_implementation_of_ifrs.pdf, видяна на 10.03.2017.
49. European Goodwill Impairment Study 2015, Duff & Phelps, December 2015. Available from: www.duffandphelps.com, видяна на 20.09.2016.
50. Field, T. D., Lys, T. Z., Vincent L., Empirical Research on Accounting Choice, *Journal of Accounting and Economics*, Vol 31, No 1-3, 2001, p. 255-307.
51. Fisher, I, *The Nature of Capital and Income*, New York, A. M. Kelley, 1906, p.
52. Francis, J., Hanna J. D., & Vincent L., Causes and Effects of Discretionary Asset Write-Offs. *Journal of Accounting Research*, 1996, V.34, pp.117-134., Цит по Vogt, M., Pletsch, C., Moras, V., Klann, R., Цит. съч. с. 351.
53. Gan, H., CEO Managerial Ability, Corporate InvestmentQuality, and the Value of Cash, *Diseertation*, Virginia Commonwealth University, p. 53.<http://scholarscompass.vcu.edu/etd>, видяна на 10.01.2017.
54. Garcia, C., How Accounting for Goodwill Relies on Underlying Assumptions: A Historical Approach, p.7. /<https://basepub.dauphine.fr/bitstream/handle/123456789/2638/fulltext%20EAA2007.pdf?sequence=2>, видяна на 10.12.2015.

55. Gibbins, M., Richardson, A., & Waterhouse, J., The Management of Corporate Financial Disclosure: Opportunism, Ritualism, Policies, and Processes, *Journal of Accounting Research*, 28(1), 1990, pp. 121-143.
56. Giner, B., Pardo, F., How Ethical are Managers' Goodwill Impairment Decisions in Spanish-Listed Firms?, *Journal of Business Ethics*, 132, 2015, p.36.
57. Glaum, M. etc, Determinants of Goodwill Impairment under IFRS: International Evidence, ver. March 2015, <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна 10.05.2016.
58. Glaum, Martin and Landsman, Wayne R. and Wyrwa, Sven, Determinants of Goodwill Impairment: International Evidence (May 20, 2015), p.8. // <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна на 10.10.2016.
59. Glauter, Un., *Accounting – theory and practice*, London 1992.
60. Goodwill Impairment: What Happens When U.S. GAAP and IFRSs Clash?, Available from: <http://deloitte.wsj.com/cfo/2013/03/25/goodwill-impairment-what-happens-when-u-s-gaap-and-ifrss-clash/>, видяна на 11.06.2017.
61. Goodwin, J., Goodwill on Consolidation An Empirical Study, *Accounting Forum*, Vol.10(Sept.), 1986, pp. 15-30.
62. Greco, G., Ferramosca, S., D'Onza, G., Causholli, M., Industry Specific and Task Specific Auditing Expertise: The Case of Goodwill Impairment (October 20, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3056459>, видяна на 05.10.2017.
63. Grinyer, J., Russel, A., Walker, M., The Rationale for Accounting for Goodwill, *The British Accounting Review* 22(3), September 1990, pp.223–235./ https://www.researchgate.net/publication/256621573_The_Rationale_for_Accounting_for_Goodwill, видяна на 15.05.2016.
64. Gynther, R., Some “Conceptualizing” on Goodwill, *The Accounting Review*, April, 1969, p.247.
65. Hamberg, M. at al., Evidence of European IFRS Adoption: The Effect on Goodwill and Intangible Assets, <http://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/685/S62.pdf?sequence=1>, видяна 10.01.2016.
66. Hamberg, M., Paananen, M., Novak, J., The Adoption of IFRS 3: The Effects of Managerial Discretion and Stock Market Reactions (December 3, 2009). *European Accounting Review*, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1517774>, видяна на 17.08.2017.
67. Hamberg, M., Beisland, Leif-Atle, Taxation Changes in the value relevance of goodwill accounting following the adoption of IFRS 3, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 2014, V. 23, p. 59–73.

68. Hand, J., The Market Valuation of Biotechnology Firms and Biotechnology R&D, WP, University of North Carolina, Цит. по Wyatt, A., What Financial and Non-Financial Information on Intangibles is Value Relevant? A Review of the Evidence, *Accounting and Business Research*, 2008, Vol. 38, No. 3, p. 63.
69. Hayn, C., Hughes, P.J., Leading Indicators of Goodwill Impairment, *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=850705>, видяна на 05.03.2017.
70. Henning S., Lewis, B., Shaw, W., Valuation of the Components of Purchased Goodwill, *Journal of Accounting Research*, 2000, Vol. 38, No. 2, pp. 375 – 386.
71. Higson, Ch., The Choice of Accounting Method in UK Mergers And Acquisitions, p.5. <http://faculty.london.edu/chigson/profile/pdfs/choiceof.pdf>, видяна на 10.10.2016.
72. Hoffman, J., One Step Forward and Two Steps Backward - Goodwill as a Distributable Asset of a Law Partnership, *Akron Law Review*, 1987, Vol.20, Iss.1, p.157 / <http://ideaexchange.uakron.edu/akronlawreview/vol20/iss1/8>, видяна на 10.08.2016.
73. Hoogervorst, H., *Chairman of the IASB*, The Concept of Prudence: dead or alive?, FEE Conference on Corporate Reporting of the Future, Brussels, Belgium, Tuesday 18 September 2012, Available from: <http://www.ifrs.org/Alerts/PressRelease/Documents/2012/Concept%20of%20Prudence%20speech.pdf>, видяна на 15.01.2017.
74. Hughen, L., Lulseged, A., Upton, D.R., Improving stakeholder value through sustainability and integrated reporting. *The CPA Journal*, 84(3), 2014, pp. 57-61.
75. Hughes, H.P., *Goodwill in Accounting: A History of the Issues and Problems*, BPD, Georgia State University, 1982.
76. Hulzen, P.V., Alfonso, L., Georgakopoulos, G. and Sotiropoulos, I., Amortisation versus impairment of goodwill and accounting quality. *International Journal of Economic Sciences And Applied Research*, 2011, 4(3), pp. 93-118..
77. James, K., etc., Did the Goodwill Accounting Standard Impose Material Economic Consequences upon Australian Acquirers?, *Accounting and Finance*, March, 2008, p. 2. <https://www.researchgate.net/publication/23521713>, видяна на 10.09.2016.
78. Jean, A., Le 'Goodwill' – un autre point de vue”, *Accountancy*, 1990, February.
79. Jennings, R., Robinson, J., Thompson II, R., Duvall, L., The Relation Between Accounting Goodwill Numbers and Equity Values, *Journal of Business Finance & Accounting*, Vol23, Iss.4, June, 1996, p.513-533.
80. Jennings, R., LeClere, M., & Thompson, R. B. Goodwill amortization and the usefulness of earnings. *Financial Analysts Journal*, 57(5), 2001, p. 20-28.

81. Jensen, M., Eclipse of the Public Corporation, *Harvard Business Review*, September-October Issue, 1989, Available from: <https://hbr.org/1989/09/eclipse-of-the-public-corporation>, видяна на 10.07.2017.
82. Johansen, T., Plenborg, T., Prioritising Disclosures in the Annual Report, *Accounting and Business Research*, 2013, 43:6, pp. 605-635. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/259620944>, видяна на 10.06.2017.
83. Johnson, J., Goodwill - an eternal controversy, *The CPA Journal Online*, April 1993 /<http://archives.cpajournal.com/old/14152806.htm>, видяна на 17.08.2016.
84. Johnson, L.T., Petrone, K.R., Is Goodwill an Asset?, *Accounting Horizons*, Vol.12, №3, Sept.1998, pp.293-303.
85. Johnson, L.Todd, K. Petrone, Commentary: Is Goodwill an Asset?. *Accounting Horizons*, Vol 12, No 3, September 1998, p.2 / <http://ssrn.com/abstract=143839>, видяна на 05.02.2016.
86. Johnson, O., *Common Law Accounting: The Case of Goodwill*, University of Illinois, 1985, pp.20-21.
87. Kaner, H., *A New Theory of Goodwill*, London, 1937.
88. Katz, D., Earnings Management. So what happened to reserving? Too many executives got caught with their hands in the cookie jar, *CFO.com*, December, 2002. <http://www.cfo.com/printable/article.cfm/3007762>, видяна на 10.03.2017.
89. Khairi, K., Laili, N., Tran, D., Disclosure Quality of Goodwill Impairment Testing: A Disclosure Index, *Journal of Economics and Development*, Vol 14, Iss. 1, pp. 5-30. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2119690>, видяна на 10.06.2017.
90. Kieso, D., etc., *Intermediate Accounting*, 3th Canadian Edition, John Wiley & Sons, 1990, p.580.
91. Klimczak, K., Dynel, M. and Pikos, A., Goodwill impairment test disclosures under uncertainty, *Accounting and Management Information Systems*, Vol. 15, No. 4, 2016, pp. 639-660.
92. Knauer, T., Wöhrmann, A., Market Reaction to Goodwill Impairments, *European Accounting Review*, 2015. DOI: 10.1080/09638180.2015.1042888, видяна на 15.06.2016.
93. Korošec, B., Jerman, M., Tominc, P. (2016) The impairment test of goodwill: an empirical analysis of incentives for earnings management in Italian publicly traded companies, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29:1, pp.162-176.
94. Laghi, E., Mattei, M., Marcantonito, M., Assessing the value relevance of goodwill impairment considering country-specific factors: Evidence from EU listed companies, *International Journal of Economics and Finance*, 2013, Vol.5, № 7, pp.32-49.

-
95. Larson, K., Pyle, W., *Fundamental Accounting Principles*, 11th Edition, IRWIN, 1988.
 96. Leake, P.D, *Commercial goodwill – Its history, value and treatment in accounts*, London, 1921.
 97. Lemans, J., *Goodwill Impairment as a Tool for Earnings Management*. Master's thesis: Accounting, Auditing and Control, Erasmus University Rotterdam, 2010.
 98. *Lessons of the masters of takeovers - Meeting of Directors General for S & P*, HarvardBusinessReview, June, 2000.
 99. Lev, B., *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. Washington, *Executive Summary*, Brookings Institution Press, Washington, D.C., 2001, p.11.
 100. Lev, B., *New Accounting for The New Economy*, May 2000, p. 2.
 101. Li, K., Sloan, R., *Has Goodwill Accounting Gone Bad?* (January 23, 2017). *Review of Accounting Studies*, Forthcoming. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1466271>, видяна на 01.04.2017.
 102. Lonergan, W., *Goodwill and bad ideas: fact and fiction in the amortisation debate*, *JASSA*, No. 4, Dec 1995, pp. 2-7; Bloom, M., *Double Accounting for Goodwill: A Problem Redefined*, NY, 2008.
 103. Lycklama a Nijeholt, M., etc., *Goodwill Measuring Value Creation of Acquisitions: An Empirical Research*, Discussion paper Series 12-21, Utrecht School of Economics, p.3.
 104. Lycklama à Ninjeholt, M.P., Grift, Y.K., Blommaert, J.M., *Goodwill measuring value creation of acquisitions: an empirical research*, Tjalling C. Koopmans Research Institute, Discussion paper series nr: 12-21.
 105. Marston, C. L., & Shrive, P.J., *The use of disclosure indices in accounting research: a review article*. *British Accounting Review*, 23 (3), September 1991, 195-210.
 106. MARVINAC, S., SIESFELD, T., *Measures that matter: An exploratory investigation of investors information needs and value priorities*, *The economic impact of knowledge*, p.273-294.
 107. Maynard, J., *Accounting for Goodwill: A critical evaluation*, 1996, p.2.
 108. Mazni, A., Marizah M., *Measuring compliance with IFRS mandatory disclosure requirements: Some evidence from Malaysia*, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 2013, 7(8), pp.163-169.;
 109. Mazzi, F., Tsalavoutas, I., Liberatore, G. *Insights on CFOs perceptions about IAS 36 reporting*, June 2015, Available from:<http://www.researchgate.net/publication/263761613>, видяна на 13.12.2015.
 110. *Measures that matter*, E&Y, 1997, <http://www.valuementors.com/pdf/Measures%20that%20Matter.pdf>.

111. Merchant, K., Rockness, J., The ethics of managing earnings: An empirical investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*, V. 13, 1994, p.79–94.
112. Metrick, A., *International Encyclopedia Of The Social Sciences*, 2nd Edition, Tobin James (1918-2002), pp. 378 – 379. Available from:<http://faculty.som.yale.edu/andrewmetrick/documents/jamestobinpublished.pdf>, видяна на 15.07.2017.
113. Miller, C. R. Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech*, 1984, 70, pp.151-167.
114. Miller, F., Fernandes, E., *Cultural Issues in Mergers and Acquisitions*, Deloitte Development LLC, Touche Tohmatsu, 2009.
115. Miller, M., Goodwill – An Aggregation Issue, *The Accounting Review*, Vol.48, №2, 1973, p.281.
116. Miller, M.C., Accounting for Goodwill, *The Chartered Accountant in Australia*, Vol.43(April), 1973, pp. 33-38.; Dunstan, K., Percy, M., Walker, J., Accounting for Goodwill in an Australian Context, *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, Vol.2(1), pp. 23-41.
117. Montgomery, R.H., *Auditing: Theory and Practice*, NY, Ronald Press Co., 1934, p.322, Цит. по Garcia, Cl., How Accounting for Goodwill Relies on Underlying Assumptions: A Historical Approach, p.11.
118. Morros, J., The integrated reporting: A presentation of the current state of art and aspects of integrated reporting that need further development, *Intangible Capital*, 12(1), 2016, pp. 336-356.
119. Nasreen, Dr. V. Noorzia; Yasmeen, V. Shugufta. A Study On Cultural Issues In Mergers And Acquisitions. *International Educational Scientific Research Journal*, [S.l.], Vol. 2, No 4, 2016. <http://iesrj.com/journal/index.php/iesrj/article/view/58>, видяна на 10.03.2017.
120. Nguyen, T., Rahman, A., Nguyen, L., The relevance of goodwill accounting and disclosure practice in Vietnam, August 12, 2015, Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2668414>, видяна на 10.06.2017.
121. Nobes, Ch., A Political History of Goodwill in the U.K.: An Illustration of Cyclical Standard Setting, *ABACUS*, Vol. 28, Issue 2, p. 142 – 167.
122. Paton, W, Stevenson, R., *Principles of Accounting*, Ann Arbor, 1916.
123. Petersen, Ch., Pleborg, T., *Journal of International Accounting Auditing and Taxation* 15(2) December 2006, pp.127-149.
124. Poel, K., Maijoor, S. and Vanstraelen, A., IFRS goodwill impairment test and earnings management: the influence of audit quality and the institutional environment, July, 2009, https://www.researchgate.net/publication/228431028_IFRS_goodwill_impairment_test_and_earnings_management_the_influence_of_audit_quality_and_the_institutional_environment, видяна на 05.02.2017

125. Post-implementation Review of IFRS 3 Business Combinations. Report and Feedback Statement, IASB, June 2015
126. Proposal of Alternatives for Goodwill Accounting, Issue Paper, Shinhan Financial Group, p. 10.
127. Ramanna, K., The Implications of Unverifiable Fair-Value Accounting: Evidence from the Political Economy of Goodwill Accounting, August, 2007, *MIT Sloan School of Management Research Paper*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=917871> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.917871>.
128. Ramanna, K., Watts, R., Evidence on the Effects of Unverifiable Fair-Value Accounting, August 31, 2007, Harvard Business School Working Paper No. 08-014. //Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1012139>. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1012139>, видяна на 10.12.2016.
129. Ramanna, K., Watts, R., Evidence on the use of unverifiable estimates in required goodwill impairment', *Review of Accounting Studies*, 2012, Vol. 17, No. 4, pp. 749–780.
130. Ratiu, R., Tudor, A., The Definition of Goodwill- a Chronological Overview, *Romanian Statistical Review Supplement*, Vol.60 (2012), p. 57/ http://www.revistadestatistica.ro/suplimente/2012/4/srrs4_2012a06.pdf, видяна на 10.01.2016.
131. Ratiu, R., Tudor, A., The Theoretical Foundation of Goodwill – A Chronological Overview, *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 92 (2013), pp.784-788.
132. Ravlic, T., Goodwill Hunting, *Australian CPA*, Vol.73, No 3, April, 2003, p.69-70.
133. Reilly, R., Goodwill Valuation Approaches, Methods, and Procedures, *Financial Advisory Services Insights*, Spring 2015, p.11.
134. Rutherford, B., Genre Analysis Of Corporate Annual Report Narratives. A Corpus Linguistics–Based Approach, *Journal of Business Communication*, Vol. 42, No. 4, October 2005, pp. 349-350.
135. Samuelson, R., The concept of Assets in Accounting Theory, *Accounting Horizons*, Sept.1996, Vol.10, Iss.3, pp.147-157.
136. Sanborn, R., The Regulatory History of Business Combinations, *The Journal of Applied Business Research*, Spring, 1987, p.106.
137. Sapienza, S., An Examination of AICPA Research Study No. 5 - Standards for Pooling, *The Accounting Review*, Vol. 39, No. 3 (Jul., 1964), pp. 582-590./ <http://www.jstor.org/stable/242450>, видяна на 10.07.2016.
138. Šapkauskienė, A., LeitonienėŠ., The Analysis of Factors Influencing the Write-off of Goodwill, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 156, 26 November 2014, pp. 643-647.

139. Schatt, A., Doukakis, L. C., Bessieux, C., Walliser, E., Do Goodwill Impairments by European Firms Provide Useful Information to Investors? (October 19, 2016). Forthcoming, Accounting in Europe. Available from SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2854647>, видяна на 05.09.2017.
140. Schuetze, W, Enforcement Issues, and Is the Cost of Purchased Goodwill an Asset?, Financial Accounting and Reporting Section, American Accounting Association, 1998 /<https://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/1998/spch219.htm>, видяна на 01.07.2016.
141. Seetharaman, A. etc., Accounting treatment of goodwill: yesterday, today and tomorrow, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, p. 133., www.emeraldinsight.com/1469-1930.htm, видяна на 20.01.2016.
142. Shalev, R. The Information Content of Business Combination Disclosure Level. *The Accounting Review*, 84(1), 2009, pp. 239-270. Available from <http://www.jstor.org/stable/30243563>, видяна на 10.06.2017.
143. Shalev, R., Zhang, I., Zhang, Y., CEO Compensation and Fair Value Accounting: Evidence from Purchase Price Allocation, April, 2010, *Journal of Accounting Research*, Forthcoming, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1600903> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1600903>.
144. Shalev, P., Managerial Discretion in Business Combinations Reporting under SFAS 141, Submitted in partial fulfillment of the Requirements for the degree of Doctor of Philosophy under the Executive Committee of the Graduate School of Arts and Science, COLUMBIA UNIVERSITY, 2007, Available from: https://www8.gsb.columbia.edu/programs/sites/programs/files/abstracts/Ron_Shalev_Dissertation.pdf, видяна на 10.06.2017.
145. Should Goodwill Still Not Be Amortised? Accounting and Disclosure for Goodwill, Accounting Standard Board of Japan (ASBJ), European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) and the Italian Standard Setter, the Organismo Italiano di Contabilità (OIC), July, 2014.
146. Spacek, L., The treatment of goodwill in the corporate balance sheet, *Journal of Accountancy*, Feb. 1964, p.35.
147. Stanger, A.M., Accounting for Business Combinations: Choice or Dilemma, *St. John's Law Review*, 2012, Vol. 44: Iss. 5, p. 869 / <http://scholarship.law.stjohns.edu/lawreview/vol44/iss5/62>, видяна на 20.07.2016.
148. Stewart, R., Accounting for Goodwill - Research Bulletin R-112, Accounting Research and Standards Board, Wellington, New Zealand Society of Accountants, 1980.

149. Sveiby, The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-based Assets, Berret-Koehler Publishers, SF, 1997., Available from: https://books.google.bg/books?id=xKNXlgaeCjAC&printsec=front-cover&hl=bg&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false, видяна на 20.07.2017.
150. The European Goodwill Impairment Study 2012-2013, Houlihan Lokey. Available from: www.HL.com.
151. The goodwill impairment dilemma: What happens when U.S. GAAP and IFRSs clash?, Deloitte Development LLC., 2013.
152. The imprecise world of accounting, Speech by Hans Hoogervorst, Amsterdam, June 2012: Available from: <http://www.ifrs.org/Alerts/Conference/Pages/HH-speech-Amsterdam-June-2012.aspx>, видяна на 10.01.2017.
153. Tobin, J., A General Equilibrium Approach To Monetary Theory, Journal of Money, Credit and Banking, Vol. 1, No. 1 (Feb., 1969), pp. 15-29, Available from: <http://www.jstor.org/stable/1991374>, видяна на 20.07.2017.
154. Trang, Vo., Phuong, N., The Disclosure in the Annual Reports by the Listed Companies on the Ho Chi Minh Stock Exchange, International Journal of Business and Social Science, Vol. 6, No. 12; December 2015, pp.117-126.
155. Tsalavoutas, I., Transition to IFRS and compliance with mandatory disclosure requirements: What is the signal?, Advances in Accounting, 27 (2), 2011, pp. 390-405.;
156. Tsalavoutas, I., Andre, P., Dionysiou, D., Worldwide application of IFRS 3, IAS 38 and IAS 36, related disclosures, and determinants of non-compliance, ACCA RESEARCH REPORT 134, Certified Accountants Educational Trust (London), 2014. Available from: <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/financial-reporting/rr-134-001.pdf>, видяна на 01.11.2016.
157. Urquiza, F., Navarro, M.C.A., Trombetta, M., Disclosure indices design: does it make a difference? El diseño de los índices de revelación: impacto en la investigación, *Revista de Contabilidad*, Volume 12, Issue 2, pp. 253-277.
158. Vance, d., Rising Capital, NY, 2005 / Цит. по Изследване на Ohio State University: Is Goodwill Really an Asset?, Fisher College of Business / <https://fisher.osu.edu/~schroeder.9/AMIS900/goodwill.pdf>, видяна на 17.05.2016.
159. Verrecchia, R., Essays on Disclosure (June 2001). JAE Rochester Conference April 2000. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=276699>, видяна на 12.06.2017.
160. Verriest, A., Gaeremynck, A., What Determines Goodwill Impairment?, Review of Business and Economics, 2/2009, p. 106-128.

161. Vogt, M., Pletsch, C., Moras, V., Klann, R., Determinants of Goodwill Impairment Loss Recognition, *R. Cont. Fin. – USP, São Paulo*, v. 27, n. 72, p. 349-362, set./out./nov./dez. 2016, DOI: 10.1590/1808-057x201602010.
162. Walker, G. T., Nonpurchased Goodwill, *The Accounting Review*, Vol. 13, No. 3 (Sep., 1938), pp. 253-259, Available from: <http://www.jstor.org/stable/238928>, видяна на 14.06.2016.
163. Watts, R.L., Zimmerman, J.L., Positive accounting theory: a ten year perspective, *The Accounting Review*, V.65, 1990, p. 131–156.
164. Welk, J., Full-Goodwill Method of Accounting for BusinessCombinations and Quality of Financial Statements, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, November 2015, Vol. 11, No. 11, p. 550.
165. What We Really Know About Goodwill and Impairment? A Quantitative Study, EFRAG, September, 2016.
166. Who cares about goodwill impairment? A collection of stakeholder views, April 2014, KPMG.
167. Wolk, H, Dodd, J., Rozycki, J., *Accounting Theory: Conceptual Issues in a Political and Economic Environment*, SAGE Publication, London, 2017, p.61.
168. Wyatt, A., What Financial and Non-Financial Information on Intangibles is Value Relevant? A Review of the Evidence, *Accounting and Business Research*, 2008, Vol. 38, No. 3, pp. 217-256.
169. Yamaji, N., Miki, J., The Value Relevance of Goodwill and Goodwill Amortization: Evidence from Listed Japanese Companies, *Business & Accounting Review*(7), 2011-03-30, pp. 28-29., Available from: <http://jairo.nii.ac.jp/0029/00005204/en>, видяна на 01.06.2017.
170. Zang, Y., Discretionary behavior with respect to the adoption of SFAS no. 142 and the behavior of security prices. *Review of Accounting and Finance*, 2008, Vol. 7(1), 38-68.
171. Zanoni, B., *Accounting for Goodwill*, Routledge Taylor and Francis Group, New York, London, 2009, p.1; pp. 16-17.
172. Zeff, S., John B. Canning: A View of His Academic Career, *ABACUS*, Vol.36, N 1, 2000, p.6.//<http://www.ruf.rice.edu/~sazeff/PDF/Canning%20-%20View%20of%20His%20Academic%20Career.PDF> – видяна на 20.06.2016.
173. Zeff, St., Political lobbying on Accounting Standards – US, UK and international experience, p. 223.[http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20\(10th%20Edition\)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20On%20Accounting%20Standards-US,%20UK%20And%20International%20Experience.pdf](http://ebooks.narotama.ac.id/files/Comparative%20International%20Accounting%20(10th%20Edition)/Chapter%2010%20%20Political%20Lobbying%20On%20Accounting%20Standards-US,%20UK%20And%20International%20Experience.pdf), видяна на 10.10.2016.
174. Гохан, П., Слияния, поглощения и реструктуризация компаний, Москва, 2004, с. 51-52.

-
175. Гусев, Е., Иванов, А., Саломатина, Е., Генезис дефиниции гудвила, Экономическая теория и мировая экономика №2, том 8, 2014, с.15.
 176. Иванов, А., Соломатина, Е., Обзор эволюции взглядов на сущность, оценки и признание гудвила в финансовой отчетности компаний, Сборник материалов международной научной конференции, Москва, 2014, с.168.
 177. Иванов, А., Гудвилл: Краткая история, эволюция подходов к поминанию экономической сущности, оценке и признанию в финансовой отчетности, Москва, 2016, с.11.
 178. Ковалев, В., Ковалев, Вит., Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности, Москва, Проспект, 2005.
 179. Коупленд, Т. и др., Стоимость компаний – оценка и управление, ЗАО „Олимп-Бизнес“, 2005.
 180. Кузубов, С.А., Развитие концептуальных подходов к измерению гудвилл с исторической перспективы, Корпоративные финансы, № 3 (31), 2014.
 181. Шер, Ф., Бухгалтерия и баланс, Москва, 1925, с.481.

Нормативни актове

1. Международен стандарт за финансово отчитане 3 – Бизнес комбинации (ред. 2004), Приложение А.
2. Международен стандарт за финансово отчитане за малки и средни предприятия (МСФО за МСП)
3. Международен счетоводен стандарт 38- Нематериални Активи, *Регламент (ЕО) № 1126/2008 на Комисията от 3 ноември 2008 година, посл. изм. доп. Регламент (ЕС) № 243/2010 на Комисията от 23 март 2010 година*
4. МСО 210 Нематериални активи, Международни стандарти за оценяване 2017, Съвет за международни стандарти за оценяване, 2017, с. 61.
5. МСС 22 – Бизнескомбинации, ред. 1998, пар.41., www.ciela.net
6. МСС 22 – Бизнескомбинации, ред. 1998, пар.59., www.ciela.net
7. МСС 36 – Обезценка на активи, *Регламент (ЕО) № 1126/2008 на Комисията от 3 ноември 2008 година, посл. изм. доп. Регламент (ЕС) № 243/2010 на Комисията от 23 март 2010 година.*
8. МСФО 13 – Оценяване по справедлива стойност, пар. 79-90, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/rps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC\(2012\)D020962-01\(ANN3\)_BG.doc](http://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/comitologie/rps/2012/D020962-01/COM-AC_DRC(2012)D020962-01(ANN3)_BG.doc), видяна на 15.09.2016.
9. МСФО 3 – *Бизнескомбинации*, посл. изм. Регламент (ЕС) № 149/2011 на Комисията от 18 февруари 2011 година.
10. Национален счетоводен стандарт 15 – Отчитане на инвестициите, ДВ бр.4 от 1993./Постановление № 276 на Министерския съвет от 30 декември 1992 г. за приемане на национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ. бр.4 от 15 Януари 1993 г. отм. ДВ. бр.81 от 24 Септември 1996 г.
11. НСС 22 – *Отчитане на бизнескомбинации* /Постановление № 65 от 25 март 1998 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ бр.36 от 31 Март 1998 г.
12. НСС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, Обн. ДВ. бр.22 от 27 Февруари 2002г.
13. НСС 26 - Отчитане на преобразуването на предприятията /Постановление № 151 на Министерския съвет от 25 юли 1995 г. за допълнение на Постановление № 276 на Министерския съвет от 1992 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ. бр.69 от 4 Август 1995 г.
14. НСС 31 - Отчитане на приватизационните сделки /Постановление № 99 на Министерския съвет от 29 април 1996 г. за допълнение на постановление № 276 на Министерския съвет от 1992 г. за приемане на Национални счетоводни стандарти, Обн. ДВ. бр.40 от 10 Май 1996г.

15. ПИСМО № Д-24-12-0006/13.03.1995 г. на Министерство на финансите, [http://web6.ciela.net/Document/DocumentHighlighted?dbId=0&documentId=1120927861&searchedText=%D0%BD%D1%81%D1%81%2015&edition=2147483647&iconId=6&stateObject={\"kind\": \"getSearchResults\", \"page\":1, \"navigateTo\": \"/AllProducts\", \"sortAsc\": \"asc\"}](http://web6.ciela.net/Document/DocumentHighlighted?dbId=0&documentId=1120927861&searchedText=%D0%BD%D1%81%D1%81%2015&edition=2147483647&iconId=6&stateObject={\), видяна на 05.08.2016.
16. СС 22 – Отчитане на бизнескомбинации, Обн. ДВ бр.30 от 07.04.2005 г., изм. ДВ бр. 86 от 26.10.2007 г.
17. Четвърта директива на Съвета, приета на основание чл.54, пар. 3, буква ж) от Договора относно счетоводните отчети на някои видове дружества (78/660/ЕИО) от 25 юли 1978 г.
18. Accounting Principles Board Opinion № 16 “Business Combinations”, August, 1970, <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1175820194221&blobheader=application/pdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.
19. Accounting Principles Board Opinion № 17 “Intangible Assets”, par.26, August, 1970 / <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobwhere=1175820195241&blobheader=application/pdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.
20. Accounting Research Bulletin No. 24 -Accounting for Intangible Assets, Issued by The Committee on Accounting Procedure, American Institute of Accountants, USA, New York, 1944, <http://clio.lib.olemiss.edu/cdm/ref/collection/deloitte/id/9502> видяна на 10.05.2016.
21. Accounting Research Bulletin No. 40 -Accounting for Intangible Assets, Issued by The Committee on Accounting Procedure, American Institute of Accountants, USA, New York, 1950, <http://clio.lib.olemiss.edu/cdm/ref/collection/deloitte/id/9606>, видяна на 20.08.2016.
22. Accounting research Bulletin № 43 “Restatement and Revision of Accounting Research Bulletins”, 1953./ <http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobkey=id&blobwhere=1175820900763&blobheader=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs>, видяна на 10.07.2016.
23. Accounting Standards Update (ASU) No.2014-02, Intangibles—Goodwill and Other (Topic 350), Accounting for Goodwill a consensus of the Private Company Council, January 2014.
24. Basis for Conclusions on Exposure Draft ED3 -Business Combinations, IASCF Publications Department, London, 2002, p. 50.
25. Conceptual Framework for Financial Reporting, Exposure Draft ED/2015/3, May 2015, p.73.

26. FASB Accounting Standards Update (ASU) No.2014-02, Intangibles— Goodwill and Other (Topic 350), Accounting for Goodwill a consensus of the Private Company Council, January 2014.
27. FASB Accounting Standards Update, Business combinations (Topic 805), ASC 805-20-30-1, <https://asc.fasb.org/section&trid=2899173>, видяна на 20.12.2016.
28. Financial Reporting Standard (FRS) 10 – Goodwill and Intangible Assets, ASB/ <http://frc.org.uk/Our-Work/Publications/ASB/FRS-10-Goodwill-and-Intangible-Assets-File.pdf>, видяна на 10.01.2016.
29. The Conceptual Framework for Financial Reporting, International Accounting Standards Board (IASB), <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/PdfAlone?id=16031&sidebarOption=UnaccompaniedConceptual>.

Интернет страници

1. Business Dictionary Online <http://www.businessdictionary.com/definition/business-combination.html#ixzz3ytwJ7Xc6>, видян 20.12.2015.
2. Farlex Financial Dictionary, 2012 Farlex, Inc, <http://financial-dictionary.thefreedictionary.com/business+combination>, видян 20.12.2015.
3. Farlex Financial Dictionary, 2012 Farlex, Inc, <http://financial-dictionary.thefreedictionary.com/business+combination>, видян 20.12.2015.
4. Deloitte site for IAS/IFRS: <http://www.iasplus.com>
5. Официална интернет страница на Ocean Tomo, LLC, the Intellectual Capital Merchant Banc™ firm, <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>, видяна на 10.10.2016.
6. Официална интернет страница на Борда за американски счетоводни стандарти (FASB), <http://www.fasb.org>.
7. Официална интернет страница на Борда за международни счетоводни стандарти (IASB), www.ifrs.org.
8. Официална интернет страница на Българска фондова борса, <http://www.bse-sofia.bg>.
9. Правила за изчисляване на индекси на Българска Фондова Борса-София АД, последна редакция: 04.07.2017, Available from: http://download.bse-sofia.bg/BSE-Rules/Indices/Index_Rules_BG.pdf, видяна на 25.07.2017.
10. CFOdirect Network – www.cfodirect.pwc.com, FASB proposes a new definition of a business, видяна на 20.01.2016;
11. Специализиран информационен портал Инфосток БГ: <http://www.infostock.bg>.
12. Официална интернет страница на Комисия за регулиране на съобщенията (КРС): <http://www.crc.bg>

МСФО 3, пар. 64	За всяка бизнес комбинация, в която придобиващият държи по-малко от 100 % от участията в собствения капитал в придобивания към датата на придобиване - метода за оценка на неконтролиращото участие	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
МСС 36	Броя и начина на определяне на ЕГПП в предприятието	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	
	Балансовата стойност на репутацията, разпределена към ЕГПП (групата единици)	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	
	Базата, на която е определена възстановимата стойност на единицата (групата единици) - стойност в употреба или справедливата стойност, намалена с разходите по продажба	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0
	Ключовите предположения, въз основа на които мениджмънтът е базирал прогнозите за паричните потоци	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0

МСС 36	Описание на подхода на мениджмънта за определяне стойностите на всяко едно ключово предположение	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Крайните проценти на растеж (норма на растеж) и дисконтови проценти (норма на дисконтиране)	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
	Анализ на чувствителността, когато разумна промяна в ключово предположение би довела до обезценка	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Общ брой точки:	14	9	1	9	1	8	12	3	12	4	5	2	0	
Индекс на оповестяване:	0,70	0,45	0,05	0,45	0,05	0,40	0,60	0,15	0,60	0,20	0,25	0,10	0,00	
Средна аритметична стойност на индекса за извадката:	0,31													
Медиана:	0,25													

РЕПУТАЦИЯТА КАТО ОБЕКТ НА СЧЕТОВОДСТВОТО

ПРИЗНАВАНЕ, ОЦЕНЯВАНЕ, ОПОВЕСТЯВАНЕ

Българска.
Първо издание.

Автор
Атанас Атанасов

Предпечат
Йордан Дамянов

Формат
70x100/16

ISBN 978-619-190-156-2

„Издателство Славена“ – Варна, 2019 г.
Варна 9018, ул. „Ген. Радко Димитриев“ 59 А
тел. 052/ 602 465
e-mail: books@slavena.net
www.slavena.net