

ции. Однако прогнозный анализ выявляет закономерности и тенденции, на основании которых возможно улучшить деятельность хозяйства.

Выручка от реализации продукции является основным источником доходов хозяйства. Поэтому контролю подлежит поступление выручки от реализации в полном объёме и в срок.

Для контроля своевременности и полной оплаты отгруженной продукции в хозяйстве ведется специальная картотека прохождения платежных документов, от сдачи их в банк до фактического поступления денежных средств на расчетный счет.

Таким образом, выручка от реализации в СПК «Солы» идет на покрытие расходов, связанных с приобретением основных средств, расчетами с персоналом, а также на погашение полученных кредитов и займов. Контроль поступления и распределения выручки позволяет выявить и устранить недостатки, связанные с поступлением готовой продукции, её реализацией, расчетами с покупателями и заказчиками, что способствует своевременному поступлению и распределению выручки от реализации продукции, что положительно сказывается на деятельности организаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лях В. Низкая рентабельность и ее корни, Агроэкономика. Ежемес. информ. бюл. БелНИИ эконом. и информ. АПК по вопр. рын. отнош. – 2005.- №3 с. 16-18
2. Финансы организаций (предприятий): учебник/ Л.Г.Колпина и др.; под общ. ред. Л. Г.Колпиной. – 2-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2010. – 396 с.

УДК 657 (100)

ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ (ГУДВИЛЛ)

Осипчук И.Ю.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Республика Беларусь является участником более сорока межправительственных и межгосударственных соглашений о взаимном содействии осуществлению и защите инвестиций. Инвестиционные соглашения заключаются с целью защиты инвесторов обоих государств, создания благоприятного международно-правового пространства, стимулирования развития экономических отношений. Инвестора, особенно нерезидента, интересует деловая репутация предприятия, которая является отдельным разделом инвестиционного меморандума.

Одним из объектов учета зарубежных компаний являются нематериальные активы, в составе которых особое место занимает "деловая

репутация" компании. Для ее обозначения часто также используют без перевода английский термин "good will" – "гудвилл". Деловая репутация, стоящая особняком в ряду других нематериальных активов, существенно отличается от них по методам оценки, способам приобретения, методам амортизации, способам выбытия, поэтому возникает вопрос об уместности ее включения в данную группу.

Для исследования данного вопроса нами проанализированы основные нормативно-правовые документы по бухгалтерскому учету нематериальных активов в Республике Беларусь:

– Гражданское законодательство (определяет объекты интеллектуальной собственности, в отношении которых правообладателю принадлежат имущественные права (ст. 980 Гражданского кодекса РБ (далее – ГК));

– Положение по бухгалтерскому учету нематериальных активов, утв. постановлением Минфина РБ от 12.12.2001 г. № 118, с учетом последних изменений от 25.06.2010 г. № 77 и др.

Как показало исследование, определение нематериальных активов в белорусском законодательстве в общем плане приближено к международной практике, однако мы обратили внимание и на существующие различия.

Так, согласно Международному стандарту финансовой отчетности (МСФО) № 22 [1] «Объединение компаний» гудвилл (деловая репутация) представляет собой разницу между ценой предприятия и справедливой стоимостью всех его активов. Эта разница может быть как положительной, так и отрицательной. Положительная деловая репутация рассматривается как надбавка к цене, уплачиваемая покупателем в ожидании будущих экономических выгод, а отрицательная (badwill) как скидка с цены, когда компания продается за цену ниже рыночной стоимости. Отрицательная деловая репутация должна немедленно признаваться в отчете о прибылях и убытках.

Различают два основных подхода к определению стоимости гудвила. Первый предполагает оценку гудвила как источник дополнительных поступлений прибыли (метод избыточных прибылей). Он предполагает прямое сопоставление уровней прибыльности оцениваемого предприятия и других предприятий-аналогов отрасли с последующей капитализацией той части разницы между ними, которая не объясняется влиянием материальных активов. Второй подход основан на учете результатов конкретных сделок. Величина приобретенной деловой репутации принимается в размере разницы между суммой, фактически уплаченной за предприятие, и совокупной стоимостью отдель-

ных активов и пассивов данного предприятия, зафиксированной в последнем по времени составлении бухгалтерском балансе.

Согласно же законодательству Республики Беларусь, деловая репутация не рассматривается как нематериальный актив, в отличие от МСФО и стран таможенного союза (например, России [Приказ Минфина РФ от 27 декабря 2007 г. N 153 н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)"; Казахстана (НСФО№2)] [2].

Таким образом, существующие различия в теоретико-методологическом, правовом аспектах признания, оценки и отражения в учете и отчетности такого объекта, как нематериальные активы, и в частности, гудвилла, затрудняет понимание отчетности белорусских организаций зарубежными партнерами. Поэтому считаем необходимым дальнейшее совершенствование национального законодательства в гармонизации с МСФО. Руководствуясь результатами анализа нормативно-правовой практики зарубежных стран, МСФО 22 считаем, что под определением стоимости гудвилла следует понимать сумму, которую готов заплатить покупатель сверх реальной стоимости активов предприятия. Отражение в отчетности гудвилла позволит уточнить стоимость субъекта хозяйствования как имущественного комплекса, что поможет принимать более точные и верные управленческие решения при объединении предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.minfin.gov.by/rmenu/business-accounting/msfo/perevod>;
2. Национальный стандарт финансовой отчетности (НСФО) № 2, утв. приказом Министра финансов Республики Казахстан от 21 июня 2007 года № 217

УДК 330.322.01

ПРОБЛЕМЫ ЕДИНСТВА ТРАКТОВКИ ПОНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Павлов А.К.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

По мере развития рыночных отношений в Республике Беларусь появляется все больше возможностей как для вложения свободных финансовых ресурсов, так и для их привлечения. Увеличение объема инвестиций в экономику государства дает возможность обеспечить повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, определяют социально-экономическое состояние экономики.