

**К.А. Тарасевич**

## **ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ**

**Ксения Александровна Тарасевич** – старший преподаватель кафедры гражданско-правовых дисциплин, Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Университета прокуратуры Российской Федерации, младший советник юстиции, г. Санкт-Петербург; **e-mail: 89219505168lgu@gmail.com**.

***Аннотация.** Согласно мнению автора, институт деловой репутации может быть рассмотрен с позиций социологии, экономики и права. В связи с развитием рыночной экономики особенно актуальным становится учет стоимостной оценки деловой репутации организации. В статье предпринята попытка анализа доктринального и нормативного подходов к рассмотрению деловой репутации юридического лица как нематериального актива, показано его соотношение с понятием «гудвилл».*

***Ключевые слова:** деловая репутация; юридическое лицо; гудвилл; актив; стоимостная оценка деловой репутации.*

**К.А. Tarasevich**

## **BUSINESS REPUTATION OF LEGAL ENTITY: ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS**

**Ksenia Tarasevich** – senior teacher, the Department of Civil Law, Saint-Petersburg Law Institute (branch) of University of Prosecutor's Office of the Russian Federation, junior counselor of justice, St. Petersburg; **e-mail: 89219505168lgu@gmail.com**.

***Annotation.** In our opinion, business reputation may be considered from the point of view of sociology, economics and law. The development of market economy increases the relevance of estimating the cost of an organization's business reputation. We make an attempt to analyze doctrinal and normative approaches to considering the business reputation of a legal entity as an intangible asset, we also compare it with the concept of goodwill.*

***Keywords:** business reputation; legal entity; goodwill; asset; cost estimate of business reputation.*

В настоящее время в академической среде существует множество исследований, направленных на изучение различных подходов к определению понятия «деловая репутация» в целом и для юридических лиц в частности. При изучении вопроса мы пришли к выводу о том, что указанное понятие может быть рассмотрено с нескольких позиций: социологической, юридической, экономической и смешанного типа.

Так, А.П. Сергеев пишет, что деловая репутация лица – это оценка его обще-

ственно значимых качеств<sup>1</sup>. О.Ш. Аюпов рассматривает деловую репутацию как оценку не только профессиональных, но и социально значимых качеств [2, с. 10–11]. А.В. Беспалов связывает деловую репутацию исключительно с социально значимой деятельностью лица [3, с. 100]. А.Д. Бичерова определяет ее как общественную оценку, мнение о деловых качествах и достоинствах лица, появляющуюся в

<sup>1</sup> Гражданское право: учебник: в 3 т. Т. 1 / под ред. А.П. Сергеева. М.: Проспект, 2010. С. 228.

процессе осуществления им предпринимательской или иной деятельности [4]. З.В. Каменева обращает внимание на то, что такая оценка осуществляется обществом независимо от участия лица в предпринимательском обороте [9]. С.А. Зикрацкий подразумевает под деловой репутацией юридического лица разницу между покупной стоимостью предприятия и балансовой стоимостью всех его активов и обязательств [8].

Однако в статье мы подробнее рассмотрим экономико-правовую составляющую деловой репутации организации. Ряд исследователей в своих трудах пишут о том, что деловой репутации организации присуще финансовое выражение, то есть она может быть капитализирована и подвергнута стоимостной оценке. Например, О.В. Карайчева считает, что деловая репутация организации – категория, содержащая в себе качества нематериального блага и свойства материального содержания [10]. А.Р. Гусалова утверждает, что деловая репутация организации является ее личным неимущественным правом с имущественным элементом, поскольку при ее умалении возникает вопрос о компенсации убытков [6]. С.А. Гонеева указывает на то, что деловая репутация, будучи неимущественной ценностью для обладателя, приобретает имущественный характер ввиду своей экономической ценности [5]. Н.П. Козлова полагает, что деловая репутация в составе имущественного комплекса предприятия – это не только особый нематериальный элемент, а элемент, требующий экономической оценки [12].

С точки зрения бухгалтерского учета деловая репутация организации – сложный и специфический объект. Стоимостный показатель деловой репутации – это всегда условная величина, самостоятельным объектом сделки она быть не может. В литературе высказаны различные мнения относительно унифицированных методов и механизмов оценки и расчета деловой репутации сегодня. Некоторые авторы определяют стоимость деловой репутации компании как премию к балансовой стоимости организации, уплачиваемой при покупке [1]. Другие полагают,

что это – стоимость сверх стоимости материальных и идентифицируемых нематериальных активов [7]. Третьи рассматривают ее как разницу между стоимостью предприятия и чистой стоимостью его активов [17, с. 224]. Однако при всем многообразии подходов авторы сходятся во мнении о том, что для полной и объективной оценки деловой репутации организации недостаточно использовать только бухгалтерские методы, необходимо применять и другие: например, аналитический метод, показатели деловой активности, метод опциона, косвенные методы [18], метод избыточных прибылей.

С 1 января 2024 г. вступил в силу приказ Минфина России от 30 мая 2022 г. № 86н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 14/2022 "Нематериальные активы"» (далее – приказ Минфина России от 30 мая 2022 г. № 86н), что привело к отмене приказа Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н (в ред. от 16 мая 2016 г.) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)» (далее – приказ Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н).

На наш взгляд, интерес представляет сравнительный анализ ряда аспектов приведенных выше документов в контексте исследования деловой репутации организации. Прежде всего обратим внимание на то, что п. 42 ранее действовавшего приказа Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н определял деловую репутацию организации как стоимостную разницу между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения). Новый нормативно-правовой акт не содержит даже упоминания о деловой репутации как таковой, а лишь в п. 10 закрепляет термин «гудвилл» со ссылкой на Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнесов», введенный в действие на территории России приказом Министерства финансов РФ

от 28 декабря 2015 г. № 217н (зарегистрирован Министерством юстиции РФ 2 февраля 2016 г., регистрационный № 40940).

Кроме того, раздел VIII «Деловая репутация» приказа Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н устанавливал сроки амортизации деловой репутации (20 лет). Между тем приказ Минфина России от 30 мая 2022 г. № 86н не содержит информации о сроках амортизации гудвилл или его тестировании на обесценивание. В Евросоюзе срок амортизации составляет пять лет, в Испании – десять, во Франции временных ограничений для амортизации не установлено. В Великобритании амортизация также не запрещена, для дочерних или зависимых обществ ее рекомендуется списывать за счет средств материнской компании. Но более распространено правило, позволяющее немедленно списать положительную деловую репутацию, если предприятие приобретено за счет собственного капитала или прибыли [14, с. 248]. В США и Германии период амортизации ограничен сорока годами [19].

Перейдем к рассмотрению норм раздела II «Объекты оценки» приказа Министерства экономического развития РФ от 22 июня 2015 г. № 385 «Об утверждении Федерального стандарта оценки "Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности (ФСО № 11)"» (далее – приказ Министерства экономического развития РФ от 22 июня 2015 г. № 385). В этом акте в качестве нематериального актива упоминается в том числе и деловая репутация. Однако в разделе VII «Особенности оценки деловой репутации» становится очевидным законодательное отождествление понятий «деловая репутация» и «гудвилл», что представляется необоснованным по ряду причин.

Во-первых, практическое значение имеет вопрос о моменте возникновения деловой репутации и гудвилл, а следовательно, и возникновения у организации права на защиту благ. В доктрине права наиболее распространено мнение, согласно которому факт государственной регистрации юридического лица сам по себе может быть рассмотрен в качестве основания возникновения права на деловую

репутацию [13, с. 36]. Высказано и альтернативное мнение о том, что момент возникновения данного права связан с моментом посягательства на деловую репутацию юридического лица [11, с. 51]. Третьи считают, что право на деловую репутацию возникает с момента осуществления предпринимательской деятельности [16, с. 98–99]. Согласно приказу Министерства экономического развития РФ от 22 июня 2015 г. № 385 момент возникновения деловой репутации (гудвилл) определен иначе: и деловая репутация, и гудвилл возникают, если выплачивается репутационная премия за приобретение активов при купле-продаже бизнеса или реорганизации компании. Именно в этом случае деловая репутация (гудвилл) получает денежное выражение и должна быть отражена в отчетности.

Во-вторых, оба понятия рассмотрены исключительно с точки зрения положительной оценки актива. Вместе с тем приказ Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н учитывал особенности расчета стоимости как положительной, так и отрицательной деловой репутации организации, что, на наш взгляд, было более корректным. Вопросы положительной и отрицательной оценки деловой репутации освещены нами ранее в других работах [15], поэтому в этой статье не будем раскрывать данный аспект. Укажем лишь то, что она может быть разнородной, отличаться степенью и направленностью (от негативной до позитивной), а также варьироваться, в зависимости от социального аспекта и вида деятельности. Гудвилл, как деловая репутация организации, может быть и положительным, и отрицательным. Например, в 2009 г. британский розничный и коммерческий банк Lloyds Banking Group (ранее Lloyds TSB) приобрел банковскую и страховую компанию HBOS plc по цене покупки, которая была существенно ниже стоимости чистых активов HBOS plc. Следовательно, эта сделка привела к отрицательному гудвиллу в размере примерно 11 млрд фунтов стерлингов, который Lloyds Banking Group дополнила к своей чистой прибыли за отчетный пе-

риод<sup>2</sup>. Однако критерий отрицательной оценки гудвилл остается за рамками приказа Министерства экономического развития РФ от 22 июня 2015 г. № 385.

Напомним, что гудвилл, в отличие от деловой репутации, согласно (IFRS) 3, определен именно как *будущая* экономическая выгода, возникающая из активов, приобретенных при объединении бизнеса. Гудвилл, по нашему мнению, представляет собой конкурентное преимущество организации, выраженное в денежном эквиваленте. Это искусственно созданное «лицо» организации, которое предъявляют для участия в гражданском обороте, и оно носит исключительно субъективный характер. Деловая репутация организации служит лишь одним из элементов гудвилл. Последний включает в себя такие нематериальные, имиджевые элементы, как узнаваемость бренда, наличие инновационных решений, наработанные деловые связи, конкурентоспособность, качество продукции и предоставляемых услуг, др. По мнению К. Раманна и Р.Л. Уоттса, стоимость гудвилла в большой степени зависит от будущих действий руководства (включая разработку концепции менеджерами и реализацию стратегии фирмы) [20, р. 749]. Очевиден тот факт, что понятие «гудвилл» является более широким по содержанию, чем традиционное понимание деловой репутации. Первое полностью включает в себя второе, поэтому отождествление этих терминов видится необоснованным и затрудняет стоимостную оценку деловой репутации как самостоятельного нематериального актива. Кроме того, отечественная законодательная проработка понятия «гудвилл», на наш взгляд, сегодня представляет собой фрагментарную, отрывистую кальку с иностранного образца и требует дальнейшей проработки.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Афанасьева Ю.* Что такое гудвилл компании и как он влияет на стоимость акций // ФИНАМ. 2021. 3 ноября. URL: <https://www.finam.ru/publications/item/chto-takoe-gudvill-kompanii-i-kak-on-vliyaet-na-stoimost-akciiy-20211103-171600/?ysclid=lodyxlmkpg346922196> (дата обращения: 28.02.2024).

2. *Аюпов О.Ш.* Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Томск, 2013. 23 с.

3. *Беспалов А.В.* Честь, достоинство и деловая репутация как объекты гражданских прав: дис. ... канд. юрид. наук. Краснодар, 2004. 167 с.

4. *Бичерова А.Д.* Защита деловой репутации юридического лица в сети Интернет: проблемы правового регулирования // Юстиция. 2018. № 3. С. 15–21.

5. *Гонеева С.А.* Оценка деловой репутации компании // Вестник КГУ. 2016. № 11. С. 44–50.

6. *Гусалова А.Р.* Гражданско-правовая защита деловой репутации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Владикавказ, 2012. 22 с.

7. *Зайнуллина Д.Р., Сафина Р.С.* Эволюция научных взглядов на понимание инноваций // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 3. С. 39–41.

8. *Зикрацкий С.А.* Деловая репутация как объект нематериальных благ и способы ее защиты // Юридический мир. 2009. № 4. С. 36–42.

9. *Каменева З.В.* Деловая репутация как объект гражданского права // Адвокат. 2014. № 5. С. 19–22.

10. *Карайчева О.В.* Деловая репутация как объект гражданских прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Краснодар, 2014. 22 с.

11. *Килингаров В.В.* Право на деловую репутацию субъектов предпринимательской деятельности: дис. ... канд. юрид. наук. СПб., 2011. 204 с.

12. *Козлова Н.П.* Формирование положительного имиджа и деловой репутации компании // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2011. № 1. С. 67–72.

13. *Никуличева Н.Ю.* Право юридиче-

<sup>2</sup> Lloyds TSB Bank plc Report and Accounts 2009 // Lloyds Banking Group). URL: <https://www.lloydsbankinggroup.com/assets/pdfs/investors/financial-performance/lloyds-bank-plc/archive/2009/2009-ltsb-ra.pdf> (дата обращения: 28.02.2023).

ских лиц на деловую репутацию и ее гражданско-правовая защита: дис. ... канд. юрид. наук. Новосибирск, 2004. 177 с.

14. *Нургатин Р.Р.* Особенности учета деловой репутации // Уникальные исследования XXI века. 2015. С. 245–250.

15. *Тарасевич К.А.* О важности обособления термина «деловая репутация» организации от смежных явлений // Журнал правовых и экономических исследований. 2023. № 2. С. 109–114.

16. *Тимерханов А.А.* Деловая репутация юридического лица: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2012. 176 с.

17. *Ткаченко Л.И., Голубенко А.П.* Актуальные вопросы бухгалтерского учета

деловой репутации фирмы // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2015. № 4(32). С. 224–234.

18. *Устинова Л.Н., Рожков В.Л.* Оценка деловой репутации компании // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 23. С. 3765–3774.

19. *Johnson T., Petrone K.* Commentary: Is Goodwill an Asset? // SSRN. URL: <https://ssrn.com/abstract=143839> (дата обращения: 28.02.2023).

20. *Ramanna K., Watts R.L.* Evidence on the use of unverifiable estimates in required goodwill impairment // Review of Accounting Studies. 2012. Vol. 17. P. 749–780.