



Munich Personal RePEc Archive

## **Goodwill Impairment Factors**

Atanasov, Atanas

University of Economics - Varna

June 2018

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/87625/>  
MPRA Paper No. 87625, posted 30 Jun 2018 06:07 UTC



## ФАКТОРИ, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ОБЕЗЦЕНКАТА НА РЕПУТАЦИЯТА

Атанас Атанасов

### GOODWILL IMPAIRMENT FACTORS

Atanas Atanasov

**ABSTRACT:** 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 статията са разгледани най-често посочваните фактори, влияещи върху признаването на счетоводни обезценки на репутацията, като са класифицирани според техния обхват и според характеристиките им. Счита се, че при извършване на анализ за наличие на обезценка, 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. Основният извод, който се налага е, че познаването на факторите (индикаторите) за обезценка и техния навременен анализ от страна на всички заинтересовани страни е от ключово значение при извършване на преценка относно признаването на счетоводна обезценка на репутацията.

**Key words:** репутация, обезценка, фактори, счетоводни стандарти

#### Въведение

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 и в частност на репутацията е предпоставка за повишаване на качествените характеристики на оповестяваната счетоводна информация в ГФО на предприятията.

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. Целта на настоящата публикация е да се направи критичен анализ на най-често посочваните фактори, имащи значение при обезценката на репутацията и да се разгледа ролята им при признаването на счетоводните обезценки на репутацията.

Публикациите в специализираната литература, посветени на изясняването на детерминантите на счетоводната обезценка на репутацията, разкриват широка гама от фактори, които имат съществена роля в този процес. 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 Wyrwa [10], което е проведено през периода 2005 – 2011 г. в 21 страни, прилагащи 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: (Glaum et al., 2015)

✓ 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) 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. [21] 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 зави-

симост, 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 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“. [21] 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 ( $Debt-to-assets\ ratio = 66\%$ ).

Изведените от Andre и др. (Andre et al., 2016) 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 (балансова) 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 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. добавят промяна в мениджмънта, броя на ЕГПП, промяната в показателя за възвръщаемост на активите ( $\Delta ROA$ ) 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. [22]

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: (Churyk, 2005)

- 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 нама-

ляване на стойността на акциите след придобиването; (3) значителна промяна в 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 флукутации 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. [5] Разглеждайки предложените индикатори от Churyk 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) [12], Ramanna и Watts (2011), Šapkauskienė 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 Šapkauskienė и Leitoniene мениджърите не са склонни 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. [19]

Ролята на мениджмънта е разгледана и в други изследвания. Подобна зависимост откриваме и в изследването на Zang [24], 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.) [22] 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. [3] 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 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, Maijooг и Vanstaelen [18] 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, информацията относно корпоративната социална ангажираност на компанията, средата в която функционира, пазарният дял, който има, броя на клиентите, текучеството на персонала, информация за формирани корпоративни културни ценности, заложените стратегии за развитие и т.н. (Atanasov, 2012)

Mavrinac и Siesfeld [14] правят опит да анализират важността на нефинансовите фактори в процеса на вземане на инвестиционни 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&Young [15] 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 на-

чин са се преподавали на новите членове като правилен начин на действие, мислене и чувство по отношение на проблемите. [2] 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-мениджъри в областта на сливанията и придобиванията – Лоурънс Мелман 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“. [13]

Безспорно корпоративната култура намира своето отражение в поведението на човешкия фактор в предприятията. Така според Wyatt определени индустрии са силно зависими от интелектуалния капитал и в частност от човешкия капитал. [23] 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 Hand [11], 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“, 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. [16] И въпросът, 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 Hewitt [7] – 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. [8] 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 смятат, че към този проблем следва да се подходи с нужното внимание при всяка отделна сделка. [17]

В търсене на връзката между корпоративната култура и отчитането на репутацията смятаме, 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 техният потенциал всъщност не намират стойностна оценка 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 компа-

нията, 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 (стандарти) 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 преценка“. [20] 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:

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 до 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.

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

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

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

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

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 пот-

ребители. 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.



## Заклучение

В заключение следва да се отбележи, че авторът споделя тезата, че репутацията намалява във времето и се замества от вътрешно генерирана такава. 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. Всичко това налага извода, че познаването на факторите (индикаторите) за обезценка и техния навременен анализ от страна на всички заинтересовани страни е от ключово значение при извършване на преценка относно признаването на счетоводна обезценка на репутацията.

## Литература

1. Атанасов, Ат. (2012) 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, с. 435-445.
2. Паунов, М. (1996) Организационна култура. София, с. 18.
3. Abughazaleh, N. M., Al-Hares, O. M., & Roberts, C. (2011) Accounting discretion in goodwill impairments: UK evidence, *Journal of International Financial Management & Accounting*, Vol. 22(3), pp.165-204.
4. Andre, P., Filip, A., Paugam, L. (2016) Examining the Patterns of Goodwill Impairment in Europe and the US, *Accounting in Europe*, / <https://ssrn.com/abstract=2867340>, видяна на 10.01.2017.
5. Becker, B., Sperduto, K., Riedy, M. (2002) An Examination of Goodwill Valuation Methodologies, *The Corporate Governance Advisor*, Vol. 10, No 4, pp. 35-40.
6. Churyk, N. (2005) Reporting Goodwill: Are The New Accounting Standards Consistent With Market Valuations?, *Journal of Business Research*, 58, p. 1353 – 1361.
7. Culture Integration in M&A Survey Findings, Aon Hewitt, 2011.
8. Dixon, I. (2005) 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](https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/Documents/CMS_011564.pdf), видяна на 10.01.2017.
9. Francis, J., Hanna J. D., & Vincent L. (1996) Causes and Effects of Discretionary Asset Write-Offs. *Journal of Accounting Research*, V.34, pp.117-134., Цит по Vogt, M., Pletsch, C., Moras, V., Klann, R., Цит. съч. с. 351.
10. Glaum, M. etc, (2015) Determinants of Goodwill Impairment under IFRS: International Evidence, ver. March 2015, <https://ssrn.com/abstract=2608425>, видяна 10.05.2016.
11. Hand, J. (2008) 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*, Vol. 38, No. 3, p. 63.
12. Lemans, J. (2010) Goodwill Impairment as a Tool for Earnings Management. Master's thesis: Accounting, Auditing and Control, Erasmus University Rotterdam.
13. Lessons of the masters of takeovers - Meeting of Directors General for S & P, *HarvardBusinessReview*, June, 2000.
14. 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.
15. Measures that matter, E&Y, 1997, <http://www.valuementors.com/pdf/Measure%20that%20Matter.pdf>.
16. Miller, F., Fernandes, E., Cultural Issues in Mergers and Acquisitions, Deloitte Development LLC, Touche Tohmatsu, 2009.
17. Nasreen, Dr. V. Noorzia; Yasmeen, V. Shugufta. (2016) A Study On Cultural Issues In Mergers And Acquisitions. *International Educational Scientific Research Journal*, [S.I.], Vol. 2, No 4. <http://iesrj.com/journal/index.php/iesrj/article/view/58>, видяна на 10.03.2017.
18. Poel, K., Maijoor, S. and Vanstraelen, A. (2009) 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](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

19. Šapkauskienė, A., Leitonienė. (2014) The Analysis of Factors Influencing the Write-off of Goodwill, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 156, 26 November 2014, pp. 643-647.

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

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

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

057x201602010.

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

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

---

Атанас Цвятков Атанасов  
Икономически университет - Варна  
Катедра „Счетоводна отчетност“  
Адрес: 9000 гр. Варна  
Бул. „Княз Борис I“ № 77

e-mail: atanasov\_at@ue-varna.bg