

УДК 657.1

UDC 657.1

**ЗНАЧЕНИЕ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ
ГУДВИЛА (ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ) НА
СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

**VALUE AND ACCOUNTING OF GOODWILL
(BUSINESS REPUTATION) AT THE PRESENT
STAGE OF DEVELOPMENT OF THE
ECONOMIC RELATIONS**

Башкатов Вадим Викторович
к.э.н., старший преподаватель
кафедры теории бухгалтерского
учета

Bashkatov Vadim Viktorovich
Cand.Econ.Sci., senior teacher
of the Accounting theory sub-faculty

Виноградова Полина Вячеславовна
студент учетно-финансового факультета
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Vinogradova Polina Vyacheslavovna
student of the Accounting and financial department
*Kuban State Agrarian
University, Krasnodar , Russia*

В данной статье рассматривается понятие «гудвил» («деловая репутация»), его роль в позиционировании современной организации на рынке, а также современные подходы к формированию и оценке гудвила, определение факторов, влияющих на процесс формирования успешной деловой репутации. Приведен порядок учета гудвила по российским и международным стандартам

This article discusses the concept of goodwill (i.e. business reputation) , its role in positioning of the modern organization in the market, as well as modern approaches to the formation and evaluation of goodwill, to identify factors that affect the process of forming successful business reputation. We have also shown an accounting treatment of goodwill under Russian and international standards

Ключевые слова: УЧЕТ, ГУДВИЛ, ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ, НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ

Keywords: ACCOUNTING, GOODWILL, BUSINESS REPUTATION, INTANGIBLE ASSETS

На данном этапе развития экономических отношений, все большее количество российских организаций стремятся повысить качественный уровень своего развития, в связи с чем, деловая репутация становится одним из главных активов экономического субъекта. В России непрерывно происходят процессы приобретения, слияния поглощения организаций, при этом, на их стоимость существенное воздействие оказывает именно «деловая репутация» (термин, принятый в РФ), либо «гудвил» (термин, принятый в международной практике). Необходимо определить, когда вообще уместно говорить о наличии у организации хорошей деловой репутации. Для этого организации необходимы наличие квалифицированных специалистов, высокого качества товаров (работ, услуг), разработанной долгосрочной стратегии развития. Также немаловажное значение имеет наличие постоянной клиентской базы,

налаженные связи с поставщиками, выгодное местоположение, и, конечно, корпоративная культура, созданная в организации.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что при переходе на МСФО пользователи могут столкнуться с более широким использованием в учете и экономическом анализе сравнительно нового для российской практики учетного объекта «деловая репутация», или «гудвил».

Целью исследования является: изучение понятия «гудвил» («деловая репутация») и определение его роли в позиционировании организации на рынке, а также факторов, влияющих на процесс формирования успешной деловой репутации, исследование современных подходов к оценке гудвила.

История развития понятия «гудвил»

Первые упоминания о гудвиле относятся еще к началу XV века. Если говорить о буквальном понимании данного определения, то оно означало добрую волю участников коммерческих сделок по предоставлению некоторых уступок контрагентам в ответ на уступки с их стороны. При покупке организации покупатель получал не отдельные активы, а организацию вместе с квалификацией ее работников, налаженными связями с поставщиками и покупателями, и др., поэтому соглашался выплатить за компанию большую сумму, чем совокупная стоимость ее имущества. Величина данного превышения получила название "гудвил".

Одновременное использование двух понятий (деловая репутация и гудвил) обусловлено различным отношением к использованию в русском языке заимствований. Многие авторы пишут «гудвил» через два «л», поскольку в английском языке так и делают. Тут надо напомнить: «гудвил» - русское слово, и ударение в нем сдвигается на последний слог, а согласные в конце русских слов не удваиваются. «Гудвил» - это наш варваризм, слово, проникшее из английского в наш язык и ставшее чисто

русским. В практике российских организаций чаще встречается термин «деловая репутация», поскольку пользователю, ранее не встречавшегося с подобной терминологией, более понятно именно это обозначение [5].

Учет гудвила по МСФО

Международные стандарты финансовой отчетности рассматривают деловую репутацию (гудвил) в качестве двух категорий:

- Деловая репутация, созданная внутри предприятия (определяется МСФО 38 «Нематериальные активы»);

- Деловая репутация, возникающая при объединении предприятий (рассматривается в МСФО 3 «Объединение предприятий»).

МСФО 38 «Нематериальные активы» обязывает организации признавать приобретенный или созданный своими силами нематериальный актив, если:

- Вероятен приток экономических выгод в будущем от применения данного актива;

- Стоимость актива может быть надежно определена.

Дополнительные критерии признания существуют для нематериальных активов, созданных собственными силами.

Созданные силами самой организации гудвил, торговые марки, базы данных клиентов, затраты на освоение новых методов производства, расходы на обучение персонала, рекламу и перемещение работников на новое место работы не включаются в нематериальные активы организации [9].

Согласно МСФО 3 «Сделки по объединению бизнеса», объединение бизнеса – это объединение отдельных предприятий или бизнеса в организацию, предоставляющую единую финансовую отчетность.

Метод покупки используется для всех объединений бизнеса. Применение метода объединения интересов (слияний) запрещено.

При использовании метода покупки необходимо осуществить следующие процедуры:

1. Определить покупателя.
2. Оценить стоимость объединения.

Стоимость объединения представляет собой сумму справедливой стоимости переданных активов, возникших или принятых обязательств и долевых инструментов, выпущенных покупателем, на дату обмена и любых затрат, напрямую связанных с объединением бизнеса. Стоимость объединения определяется на дату обмена.

В этом случае гудвил при принятии к учету оценивается как превышение стоимости объединения бизнеса над долей покупателя в чистой справедливой стоимости идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств приобретаемой организации [7].

Стоимость нематериального актива с ограниченным сроком полезного использования списывается в течение этого срока. Проверка на обесценение в соответствии с МСФО 36 «Обесценение активов», проводится в обязательном порядке, при наличии признака превышения балансовой стоимости над восстановительной стоимостью нематериального актива.

По международным стандартам гудвил ежегодно должен проверяться на предмет обесценения согласно МСФО 36 «Обесценение активов». Убыток от обесценения гудвила списывается на финансовый результат.

Проверку на обесценение гудвила проводят по формуле:

$$PV = FV \times 1 / (1 + r)^{n}, \quad (1)$$

где PV – текущая стоимость денежных потоков;

FV – будущая стоимость денежных потоков;

$1 / (1 + r)^n$ – коэффициент дисконтирования;

r – процентная ставка по привлеченным или размещенным ресурсам на аналогичный срок;

n – число периодов.

Гудвил и прочие нематериальные активы с неопределенным сроком полезного использования не амортизируются, но должны ежегодно тестироваться на обесценение в соответствии с МСФО 36 «Обесценение активов».

Если доля покупателя в чистой справедливой стоимости получаемых активов, обязательств и условных обязательств приобретаемой организации превышает стоимость объединения, то сумма такого превышения (ранее известная как отрицательный гудвил) отражается в составе доходов отчетного периода [8].

В случае, когда организация приобретает 100% другого экономического субъекта в ходе единой сделки, приобретающая организация признает в своей консолидированной отчетности по справедливой стоимости на дату приобретения, все активы и обязательства полученной организации, включая гудвил.

При приобретении менее 100% приобретаемой организации, активы и обязательства приобретаемой организации должны признаваться в отчетности по их полной справедливой стоимости. Как правило, рассматривается практика признания только приобретенного гудвила, в момент покупки (на дату получения контроля над приобретенной организацией) и затем признания дополнительного гудвила, приобретенного после объединения компаний (из-за приобретения дополнительной доли собственности в дочерней организации). Поэтому, необходимо весь гудвил приобретаемой организации, включая гудвил, распределяемый на миноритарные интересы (величина пакета акций,

который не позволяет акционеру напрямую участвовать в управлении компанией (к примеру, участвовать в совете директоров), такой пакет акций также называется «неконтролирующим»), признавать по его справедливой стоимости на дату покупки. Гудвил можно определить как разницу между справедливой стоимостью приобретенных чистых активов на дату приобретения и чистой справедливой стоимостью всех идентифицируемых активов и обязательств приобретаемой организации на ту же дату [6].

Российская практика бухгалтерского учета деловой репутации

Согласно международным и российским стандартам учета, деловая репутация относится к нематериальным активам, однако, она обладает определенной особенностью, отличающей ее от других НМА - деловая репутация это неотчуждаемое имущество, которым нельзя распоряжаться отдельно от организации, она не существует отдельно от экономического субъекта.

В соответствии с Российским федеральным стандартом 14/2007 «Учет нематериальных активов», согласно пункту 42, для целей бухгалтерского учета стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным способом, как разница 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).

Эта разница может быть как положительной, так и отрицательной. Положительная деловая репутация рассматривается как надбавка к ее стоимости, уплачиваемая за экономические выгоды, получаемые покупателем в будущем, а отрицательная - как скидка с цены, при продаже компании по цене ниже ее рыночной стоимости. Отрицательная деловая

репутация должна отражаться в составе прочих расходов организации в отчете о финансовых результатах [12].

Как правило, нематериальные активы используются довольно долгое время, и в течение этого срока их стоимость равномерно (ежемесячно) переносится на себестоимость производимой продукции, выполненных работ, оказанных услуг путем начисления по ним амортизации.

Размер амортизационных отчислений рассчитывается исходя из первоначальной стоимости и срока полезного использования, указываемого в договоре.

Срок полезного использования нематериальных активов определяется самой организацией, также, при затруднении в определении этого срока, он устанавливается на уровне 20 лет.

Осуществляется начисление амортизации начиная с 1-го числа месяца, следующего за датой ввода в эксплуатацию.

Способы амортизации нематериальных активов (отражаются в учетной политике):

- линейный;
- уменьшающегося остатка;
- пропорционально объему продукции (работ, услуг).

Стоимость некоторых видов нематериальных активов погашают без начисления амортизации, например, разница между покупной и оценочной стоимостью организации («деловая репутация») погашается ежемесячно в течение 20 лет, но не более срока деятельности организации. Сальдо по счету 04 «Нематериальные активы» показывает в этом случае остаточную стоимость данного нематериального актива.

Иногда деловую репутацию связывают с эксклюзивными правами обладания (торговые марки и др.). Такой вид нематериального актива будет иметь определенный срок службы и является амортизируемым.

Погашение стоимости отдельных видов нематериальных активов может не производиться. Это активы, стоимость которых с годами не уменьшается (товарные знаки, ноу-хау) [11].

Недооценка значения нематериальных активов может значительно повлиять на качество их признания в российском бухгалтерском учете, а также на полноту и правильность проводимой оценки данных активов. Что касается интерпретации содержания нематериальных активов, то со стороны как внешних, так и внутренних пользователей они носят весьма противоречивый характер.

Оценка гудвила (деловой репутации) в налоговом учете

Положительная деловая репутация становится важным инструментом для упрочнения позиций организации, поскольку позволяет ей иметь определенные преимущества перед конкурентами и благодаря этому получать дополнительные доходы. Положительная репутация не только упрощает доступ организации к различным ресурсам (материальным, трудовым, кредитным, финансовым и д.р.), но и гарантирует надежную защиту интересов организации во внешней среде, влияет на обоснованность принятия решений.

Деловая репутация организации непосредственно не относится к перечню нематериальных активов, приведенных в главе 25 Налогового Кодекса РФ, но, так как этот перечень является открытым, в его состав могут быть включены и другие виды нематериальных активов. Для этого они должны соответствовать требованиям категории «нематериальный актив», а также условиям, при которых они учитываются при начислении налога на прибыль.

Эти требования и условия определены в п. 3 ст. 257 НК РФ. Так, нематериальными активами признаются приобретенные и (или) созданные налогоплательщиком результаты интеллектуальной деятельности и прочие

объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на них), используемые в производстве продукции (выполнении работ, оказании услуг) или для управленческих нужд организации в течение долгого времени (продолжительностью свыше 12 месяцев). [10]

Понятие интеллектуальных прав, включающих интеллектуальную собственность, дано в ст. 1225, 1226 ГК РФ, под которыми понимаются результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации), интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие) [3, 4].

Эти элементы деловой репутации по - разному воспринимаются во внешней среде организаций (их принятие или отрицание). Это обусловлено тем, что различными заинтересованными группами рассматриваются разные факторы, влияющие на репутацию.

По нашему мнению, деловая репутация организации в определенных условиях может рассматриваться и как результат интеллектуальной деятельности, и в качестве средства индивидуализации организации, вследствие чего, стоимость деловой репутации может быть отнесена к нематериальным активам и учитываться при налогообложении прибыли. Деловая репутация не может быть отчуждена, ее нельзя передать или реализовать, поэтому она становится объектом учета только во время купли-продажи, слияния либо поглощения организаций как имущественных комплексов.

Методы определения стоимости деловой репутации (гудвила)

В основном, оценку гудвила проводят в следующих случаях:

Покупка или продажа бизнеса — это основная причина, по которой важно оценить гудвил, так как помимо материальных активов, компания заработала и определенную лояльность потребителей, смогла занять на рынке определенную нишу, дала знания и опыт своим сотрудникам. Правильное определение стоимости крайне важно, поскольку продажа предприятия может происходить за более выгодную цену при высоком положительном гудвиле;

Слияние и поглощение компании — здесь выделяют те же причины, что и при покупке или продаже бизнеса. Важно учитывать всю выгодность сделки, иначе одна из сторон может потерять интерес к её совершению;

Принятие управленческих решений — знание о точной стоимости своей компании помогает принимать более точные и верные управленческие решения.

Для того чтобы быть учтенной, отражаться в финансовой отчетности и выступать критерием финансовой устойчивости, деловая репутация должна иметь количественную оценку. Существуют следующие методы оценки репутации (гудвила):

1. Метод избыточных прибылей или сравнительный метод.

$$V = MA + GW = MA + \frac{NOI - MA \times Re}{Rg}, \quad (2)$$

где V – стоимость организации;

MA – стоимость материальных активов;

GW – стоимость гудвила;

NOI – чистый операционный доход;

Re – коэффициент капитализации чистого дохода от основной деятельности;

Rg – коэффициент капитализации нематериальных активов.

Данный метод предполагает дальнейшее противопоставление его значения со значениями предприятий – конкурентов или аналогичных по отрасли.

2.Метод избыточных ресурсов как модификация метода избыточной прибыли.

При расчете стоимости созданной деловой репутации учитывается эффект использования не только собственных, но и привлеченных средств. Учитывая это дополнение, стоимость гудвила рассчитывается следующим образом:

$$GW = \left(\frac{M}{R} - TA \right) \times w \quad (3)$$

где М – чистая прибыль;

Р – рентабельность совокупных активов;

ТА – стоимость совокупных активов;

w – доля собственных средств в структуре пассивов организации.

3.Оценка деловой репутации на основе показателя объема реализации продукции.

И.А. Бланк предлагает рассчитывать стоимость деловой репутации следующим образом:

$$GW = \frac{M - ABIT \times Rq}{a} \quad (4)$$

где М – среднегодовая величина чистой прибыли оцениваемой организации;

ABIT – среднегодовой объем выручки оцениваемого экономического субъекта;

Rq – среднеотраслевой коэффициент рентабельности продукции;

a – коэффициент капитализации избыточной прибыли, обеспечивающейся совокупностью нематериальных преимуществ.

4. Квалиметрический метод.

Экономическое содержание квалиметрического метода заключается в проведении аналогии между величиной созданного гудвила и полезностью деятельности организации.

Коэффициент полезности (или качества) рассчитывается по формуле:

$$Kf = \frac{gf - g \min}{g \max - g \min} \quad (5)$$

где Kf – коэффициент полезности (или качества) оцениваемого объекта;

gf – фактическое значение показателя полезности (качества) оцениваемого объекта.

$q \max$ – наилучший показатель среди аналогов оцениваемого объекта;

$q \min$ – наихудший показатель среди аналогов оцениваемого объекта.

Стоимость гудвила, определяется как разница между полученной величиной и физическим износом внеоборотных активов, и стоимостью нематериальных активов, отраженных в финансовой отчетности:

$$GW = W - Wf - IA \quad (6)$$

где GW – стоимость гудвила;

W – совокупный износ организации;

Wf – физический износ внеоборотных активов;

IA - стоимость традиционных нематериальных активов.

На данный момент, более широкое практическое применение получили два способа определения стоимости гудвила:

Метод избыточной прибыли (сравнительный) - предполагает представление оценки гудвила, как источника дополнительных поступлений прибыли. Согласно данному методу, происходит прямое противопоставление уровней прибыльности оцениваемого предприятия и конкурентов (или аналогичных по отрасли) с последующей капитализацией той доли, которая не может быть объяснена материальными активами;

Балансовый метод основывается на учете результатов конкретных торговых операций. Размер приобретаемого гудвила (деловой репутации), представляется, как размер разницы между суммой, которую уплатили за предприятие, и совокупной стоимостью активов и пассивов этого предприятия, которая зафиксирована в последнем бухгалтерском отчете или балансе.

Сравнительный метод считается более достоверным, так как оценка гудвила в бизнесе должна быть материально осязаемой - ведь именно она объясняет, почему продукция «брендовых» компаний стоит дороже чем любая другая аналогичная продукция.

Существующие на данный момент методы определения стоимости деловой репутации организации не являются универсальными. Нельзя сказать наверняка, что рассчитанная с их помощью стоимость гудвила точный показатель, так как пока еще не существует метода, который бы учитывал в стоимости деловой репутации такие ее составляющие как

квалификация работников, их репутацию, выгодное экономическое положение и др. [2].

Выводы и предложения

Одна из важнейших характеристик организации и отдельного работника в целом – деловая репутация. Она отражает не только результаты работы, но и характеризует человеческий капитал. Вследствие чего управление деловой репутацией становится в некоторых случаях чрезвычайно важным объектом позиционирования организации во всех аспектах ее деятельности.

Для российских организаций, в чьи интересы входит повышение своей финансовой устойчивости, привлечение инвесторов, расширение деятельности, выход на мировой рынок (актуальность данному вопросу придает недавнее вступление России в ВТО), деловая репутация становится объектом особого внимания. Поэтому выделение «гудвила» в отдельную строку может весьма повысить привлекательность российских организаций. Причем, данное предложение не влечет за собой никакие дополнительные расходы, т.к. нематериальные активы организации уже отражаются в балансе по строке 1110, и выделение отдельной строкой деловой репутации в составе строки «в том числе» по нематериальным активам не повлечет за собой изменений сумм по строке «итого по разделу I», а следовательно, и баланса организации в целом.

Список литературы

1. Башкатов, В.В. Современное соотношение бухгалтерского и налогового учета в России / В.В. Башкатов // Современная экономика: проблемы, перспективы, информационное обеспечение: Материалы междунар. науч. конф.: КубГАУ. – Краснодар, 2013. – С. 196-203
2. Бланк, И.А. Основы инвестиционного менеджмента / И.А. Бланк // Эльга-Н, Ника-Центр, 2007. – С. 437-440.
3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая): от 18.12.2006 № 230 – ФЗ, глава 69, ст. 1225 (принят ГД ФС РФ 24.11.2006) (ред. от 23.07.2013) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]

4. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая): от 18.12.2006 № 230 – ФЗ, глава 69, ст. 1226 (принят ГД ФС РФ 24.11.2006) (ред. от 23.07.2013) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]
5. Елисеев, В.М. Гудвил: проблема оценки и отражение в отчетности / В.М. Елисеев // Вопросы экономики. 2004. – №1. – С. 31-37.
6. Карпычева, А.А. Гудвил как один из важнейших аспектов деятельности организации / А.А. Карпычева // Сборник статей VII Всероссийской научно-практической конференции «Бухгалтерский учет, аудит и налоги: основы, теория, практика». – Пенза. – 2010. – 124 с.
7. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединение предприятий»
8. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 36 «Обесценение активов».
9. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 38 «Нематериальные активы»
10. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): от 05.08.2000 № 117-ФЗ глава 25: (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 03.12.2013) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]
11. Пахомов, А.В. Рынок ценных бумаг / А.В. Пахомов, Е.А. Пахомова // Учебное пособие. Дубна Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2000. – 72 с.
12. Положение по бухгалтерскому учету 14/2007 «Учет нематериальных активов», утвержденное приказом Минфина РФ от 27 декабря 2007 г. N 153н.
13. Сигидов, Ю.И. Налоговый учет и его взаимосвязь с другими учетными системами / Ю.И. Сигидов, В.В. Башкатов // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2012. – № 4. – с. 27 – 30.

References

1. Bashkatov, V.V. Sovremennoe sootnoshenie buhgalterskogo i nalogovogo ucheta v Rossii / V.V. Bashkatov // Sovremennaja jekonomika: problemy, perspektivy, informacionnoe obespechenie: Materialy mezhdunar. nauch. konf.: KubGAU. – Krasnodar, 2013. – S. 196-203
2. Blank, I.A. Osnovy investicionnogo menedzhmenta / I.A. Blank // Jel'ga-N, Nika-Centr, 2007. – S. 437-440.
3. Grazhdanskij Kodeks Rossijskoj Federacii (chast' chetvertaja): ot 18.12.2006 № 230 – FZ, glava 69, st. 1225 (prinjat GD FS RF 24.11.2006) (red. ot 23.07.2013) // Konsul'tantPljus. [Jelektronnyj resurs]
4. Grazhdanskij Kodeks Rossijskoj Federacii (chast' chetvertaja): ot 18.12.2006 № 230 – FZ, glava 69, st. 1226 (prinjat GD FS RF 24.11.2006) (red. ot 23.07.2013) // Konsul'tantPljus. [Jelektronnyj resurs]
5. Eliseev, V.M. Gudvil: problema ocenki i otrazhenie v otchetnosti / V.M. Eliseev // Voprosy jekonomiki. 2004. – №1. – S. 31-37.
6. Karpycheva, A.A. Gudvil kak odin iz vazhnejshih aspektov dejatel'nosti organizacii / A.A. Karpycheva // Sbornik statej VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii «Buhgalterskij uchet, audit i nalogi: osnovy, teorija, praktika». – Penza. – 2010. – 124 s.
7. Mezhdunarodnyj standart finansovoj otchetnosti (IFRS) 3 «Ob#edinenie predpriyatij»

8. Mezhdunarodnyj standart finansovoj otchetnosti (IFRS) 36 «Obescenenie aktivov».
9. Mezhdunarodnyj standart finansovoj otchetnosti (IFRS) 38 «Nematerial'nye aktivy»
10. Nalogovyj kodeks Rossijskoj Federacii (chast' vtoraja): ot 05.08.2000 № 117-FZ glava 25: (prinjat GD FS RF 19.07.2000) (red. ot 03.12.2013) // Konsul'tantPljus. [Jelektronnyj resurs]
11. Pahomov, A.V. Rynok cennyh bumag / A.V. Pahomov, E.A. Pahomova // Uchebnoe posobie. Dubna Mezhdunarodnyj universitet prirody, obshhestva i cheloveka «Dubna», 2000. – 72 s.
12. Polozhenie po buhgalterskomu uchetu 14/2007 «Uchet nematerial'nyh aktivov», utverzhdennoe prikazom Minfina RF ot 27 dekabrya 2007 g. N 153n.
13. Sigidov, Ju.I. Nalogovyj uchet i ego vzaimosvjaz' s drugimi uchetnymi sistemami / Ju.I. Sigidov, V.V. Bashkatov // Buhuchet v sel'skom hozjajstve. – 2012. – № 4. – s. 27 – 30.