

Касич А.О.

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ ГУДВІЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*В статті досліджено проблеми оцінки та обліку гудвілу підприємства. Для розуміння еволюції розуміння ролі гудвілу в діяльності підприємства розглянуто етапи його розвитку. Систематизовано складові гудвілу, що дає можливість більш глибоко зрозуміти сутність та визначити умови проведення його оцінки. Узагальнено методи оцінки гудвілу та особливості його відображення в обліку. Визначено вплив обліково-аналітичних процесів на оцінку вартості підприємства в цілому.*

**Ключові слова:** гудвіл, ділова репутація, облік, оцінка, методика, методи, об'єднання підприємств.

**ВСТУП.** В даний час інтенсивна інтеграція міжнародних фінансових ринків стимулює зростання конкуренції між суб'єктами господарської діяльності в дещо відмінній від традиційної площині. Підприємству все важче утримати позиції і завоювати монополієне становище на ринку збуту за рахунок тільки матеріальних і фінансових ресурсів. В силу того, що останні стають загальнодоступними для всіх суб'єктів, істотно зростає роль нематеріальних ресурсів, одним з яких є гудвіл.

Гудвіл як узагальнене поняття являє собою розвинену збутову мережу, лояльність споживачів, обрану стратегію розвитку, напрацьовані ділові зв'язки та обумовлює стійкі позиції підприємств на світовому ринку.

### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Питання, пов'язані з гудвілом, висвітлені в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Родіонова О.В. [13], Ковальова В.В. [6], Бланка І.А. [2], Римара О.О. [12]. Рейлі Р.Ф. та Швайс Р.П. [10] розглядали проблеми фінансової звітності, в якій відображається придбаний гудвіл. Проблеми оцінки та обліку гудвілу розкриває Уманців Г.В. [15]. Щербакова О.А. [17] сформувала основні підходи до визначення вартості гудвілу. Однак проблеми перевірки на зменшення корисності гудвілу, її умови та порядок проведення залишилися не розкритими.

**Мета статті** – дослідити та узагальнити існуючі теоретичні положення та методичні підходи до оцінки та обліку гудвілу підприємства.

**Виклад результатів дослідження.** Термін «goodwill» англійського походження і в дослівному перекладі означає «добра воля». Вперше поняття "гудвіл" згадується у 1571 р., яке мало негативне значення із суспільно-політичної точки зору. При складанні договору купівлі-продажу підприємства, учасникам приходилось приховувати в тексті угоди факти наявності гудвілу (за англійськими законами тих років це могло призвести до сплати штрафу і навіть до тюремного ув'язнення). Пояснювалося це тим, що можливість придбання підприємства «з гудвілом» полегшувала купівлю підприємств і сприяла обмеженню конкуренції, а з часом, і виникненню монополій в тій або іншій галузі. І тільки в

1620 р. гудвіл отримав право на існування в Великобританії [14]. В 1891 р. англійський бухгалтер Франсіс Мор запропонував оцінювати гудвіл виходячи з додаткових доходів, які він приносить [7].

У ХІХ ст. гудвіл стає предметом дискусії серед представників бухгалтерської професії. При цьому сформувалися два протилежні табори: представники першого були проти врахування гудвілу, другого, – його захисниками. Ідеологами цих течій і виразниками протилежних точок зору стали – швейцарець Іоганн Фрідріх Шер (1846-1924) і англійський бухгалтер Френсіс Пікслі (1852-1933) [11]. Розроблені ними концепції пройшли декілька стадій модернізації і були зведені до конкретних методів оцінки та обліку гудвілу [14]. Минули століття, і сьогодні ця категорія існує на межі багатьох наук, таких як право, менеджмент, маркетинг, економіка та бухгалтерський облік, на чому наголошує, зокрема Риковська І.В. [11].

Поняття "гудвіл" використовується вітчизняними та зарубіжними авторами під різними назвами: ділова репутація, вартість фірми, надвартість. Але неоднозначність такого трактування веде до неповного розкриття цього економічного терміну.

П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» визначає гудвіл як перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань на дату придбання [9].

Відповідно до Податкового кодексу України: гудвіл – нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо. Вартість гудвілу не підлягає амортизації і не враховується під час визначення витрат платника податку щодо активів якого виник такий гудвіл [8].

Сучасні науковці визначають гудвіл як різницю між ринковою оцінкою пасивів і ринковою оцінкою активів. А на думку Бланка І.А. гудвіл є одним з видів нематеріальних активів, вартість якого визначається різницею між ринковою (продажною) вартістю підприємства як цілісного майнового комплексу та його балансовою вартістю (сумою чистих активів) [2].

© Касич Алла Олександрівна, д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку, аналізу і аудиту Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, e-mail: kasich.alla@gmail.com

Рейлі Р.Ф. та Швайс Р.П. виділяють три основні складові гудвілу, які можна розглядати як

фактори, що створюють гудвіл, або як причини його існування (див. рис.1) [10].

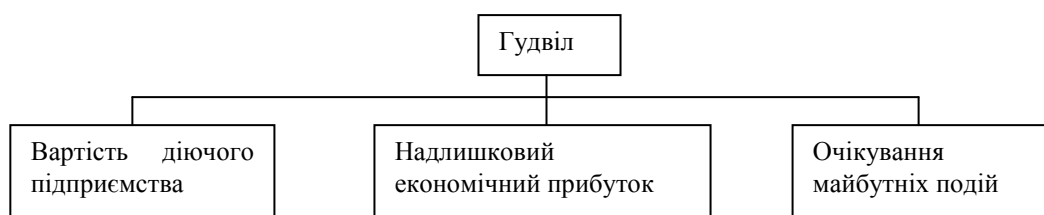


Рис. 1 Складові гудвілу

Так, вартість діючого підприємства – це існування наявних на місці і готових до використання операційних активів бізнесу. Всі елементи підприємства (капітал, робоча сила, координація) фізично і функціонально зібрані разом, що і створює невідчутну вартість.

Існування надлишкового економічного прибутку пов'язане з концепцією гудвілу як індикатору вартості підприємства бізнесу, що не може бути віднесена до матеріальних або ідентифікованих нематеріальних активів підприємства.

Очікування майбутніх подій, які не мають прямого зв'язку з поточними операціями підприємства, пов'язане з концепцією гудвілу як поточної вартості майбутніх активів (матеріальних або нематеріальних), що не існують на дату оцінки.

Гудвіл розподіляється на два види: негативний та позитивний. Позитивний гудвіл розглядається як сплата покупцем ціни, що перевищує ринкову, бо він очікує в майбутньому отримати прибуток за рахунок позитивного іміджу компанії.

Негативний гудвіл розглядається як знижка з ціни, що менша за ринкову, у зв'язку з відсутністю у продавця економічної стабільності, навичок з ефективного управління компанією, малою кількістю клієнтів, високої кваліфікації персоналу. Його враховують як витрати майбутніх періодів, а згодом його списують.

Також в міжнародній та вітчизняній практиці виокремлюють внутрішньо створений гудвіл та придбаний (див. табл.1).

Таблиця 1

**Ознаки внутрішньо створеного та придбаного гудвілу**

Види гудвілу	Внутрішньо створений гудвіл	Придбаний гудвіл
Час виникнення	Створюється всередині підприємства протягом тривалого часу	Виникає при придбанні та приватизації
Відображення у звітності	Не відображається в балансі	Відображається в балансі
Подальший розподіл гудвілу	Можна розглядати як ділову репутацію	Розподіляється на негативний та позитивний гудвіл

Джерело: [19, 21]

Придбаний гудвіл після завершення угоди відображається у бухгалтерському балансі покупця. В обліку існують різні варіанти його відображення: як нематеріального активу, як зміну капіталу, як витрати звітного періоду, в складі інших активів. Його наявність у фінансовій звітності привертає увагу інвесторів, оскільки даний актив можна розглядати як очікування майбутніх економічних вигод.

Гудвіл ж, створений усередині підприємства, у фінансовій звітності не відображається, що свідчить про головну відмінність цього активу від інших нематеріальних активів: його неможливо передати або продати окремо від компанії. Відповідно виникає проблема оцінки внутрішньо створеного гудвілу, адже якщо її невірно провести, то розрахунок вартості підприємства, як і його інвестиційна привабливість, можуть не відповідати дійсності.

Отже, трактування гудвілу викликає суперечки у науковців, що свідчить про неоднозначність та труднощі щодо його визначення. Для ведення прозорості ми пропонуємо замінити внутрішньо створений гудвіл на термін «ділова репутація».

Тобто розділити поняття «ділової репутації» як набутих переваг та «гудвіл» як придбаних. Таке розмежування також дає чітке представлення поняття «гудвілу» як об'єкту бухгалтерського обліку.

Гудвіл складно оцінити, проте при продажі, або навпаки при придбанні бізнесу потрібно знати, скільки він коштує. Тому доцільно розглянути методи оцінки та розрахунку економічної сутності гудвілу, які все більше цікавлять підприємства у зв'язку з нестабільністю ринкової системи.

I. Методи оцінки гудвілу поділяють на якісні та кількісні, оскільки, з одного боку, він є важливою якісною характеристикою суспільної думки про підприємство, а з іншого – одним із нематеріальних активів підприємства [1].

1. До якісних оцінок відносять рейтинговий та рекомендаційний методи. Перший заснований на рангуванні за рядом показників групи компаній, що мають схожий профіль діяльності. Прикладами формування незалежного оцінювання компаній є рейтинги журналу «Fortune» та газети «Financial Times».

Рекомендаційний метод передбачає обговорення ділової репутації фірми експертами PR-компаній та надання рекомендацій керівництву стосовно її удосконалення. Спеціалісти аналізують кожен компонент гудвілу, так само як і при рейтинговому методі, але не порівнюють з іншими учасниками ринка.

2. Кількісні методи оцінки застосовує компанія «BusinessWeek», що регулярно публікує вартість 100 брендів-лідерів, які визначаються спільно з компанією «Interbrand». Оцінка вартості гудвілу відбувається в два етапи. На першому виявляються надлишкові доходи, що

з'явилися за рахунок роботи бренду. На другій стадії отриманий результат множиться на спеціальний експертний коефіцієнт, спосіб знаходження якого – ноу-хау компаній «Brand Finance» і «Interbrand».

II. Методи розрахунку гудвілу потрібно розподіляти за його видами – внутрішньо створеного та придбаного – оскільки кожен з них має свої особливості.

1. До методів розрахунку внутрішньо створеного гудвілу належать: метод надлишкових прибутків, альтернативний, дохідний, на основі коефіцієнта Дж. Тобіна (див. табл. 2).

Таблиця 2

### Методи розрахунку внутрішньо створеного гудвілу

Назва методу	Сутність
Метод надлишкових прибутків	Порівняння рентабельності чистих активів підприємства з середньою рентабельністю чистих активів на фінансовому ринку або по галузі.
Альтернативний метод	Різниця між вартістю підприємства з припущенням, що воно має у власності невідчутні активи та використовує їх у діяльності, та вартістю підприємства з припущенням, що воно не є власником тих самих невідчутних активів.
Дохідний метод	Дисконтування прогнозованих і постпрогнозованих потоків прибутку, генерованих гудвілом.
Метод на основі коефіцієнта Дж. Тобіна	Співвідношення ринкової вартості компанії та відновлювальної вартості її активів.

Джерело: [3].

Найчастіше використовується метод надлишкових прибутків, що дозволяє зрозуміти, яке місце займає підприємство відповідно до інших представників його основної діяльності. При застосуванні альтернативного важко врахувати всі фактори впливу гудвілу на діяльність фірми. З точки зору інвестиційної привабливості найкраще використовувати дохідний метод, оскільки він дозволяє оцінити майбутні потоки прибутку, генеровані гудвілом. Коефіцієнт Дж. Тобіна характеризує гудвіл як здатність підприємства одержувати більш високий прибуток в основному виді діяльності, ніж у його конкурентів.

2. Розрахунок придбаного гудвілу проводиться двома методами: пропорційним та повним. Пропорційний метод враховує тільки гудвіл, що

належить акціонеру з часткою контролю, тобто використовується як представлення про весь наявний гудвіл материнської компанії. Його можна записати наступною формулою [5]:

$$\text{Гудвіл} = \text{ГЧК} - \text{ЧАДК} * \text{ЧК}$$

де ГЧК – сума інвестицій акціонера з часткою контролю;

ЧАДК – сума чистих активів дочірньої компанії;

$$\text{ЧК} - \text{частка контролю.}$$

Розглянемо розрахунок придбаного гудвілу пропорційним методом на умовному прикладі. Акціонер придбав 60 % акцій дочірньої компанії за 8000 грн. Вартість чистих активів цієї компанії на момент придбання становить 4000 грн. Розрахунок придбаного гудвілу представлений в табл. 3.

Таблиця 3

### Приклад розрахунку гудвілу пропорційним методом

Етапи	Розрахунок	Всього
Інвестиції	-	8000
60 % чистих активів дочірньої компанії	4000*0,6	(2400)
Гудвіл	8000-2400	5600

Джерело: [5], авторські розрахунки

В основу повного методу покладено зіставлення справедливої вартості дочірньої компанії з усією сумою її чистих активів. При цьому справедлива вартість дорівнює сумі справедливої вартості

інвестиції акціонера з часткою контролю і справедливої вартості акціонерів з часткою меншості. ,

$$\text{Гудвіл} = (\text{ГЧК} + \text{ЧМ}) - \text{ЧАДК},$$

де ЧМ – частка меншості.

Розглянемо умовний приклад, акціонер придбав 60 % акцій дочірньої компанії за 8000 грн. Вартість чистих активів на момент придбання ста-

новить 4000 грн. Частка меншості – 2000 грн. Розрахунок придбаного гудвілу представлений в табл. 4.

Таблиця 4

**Приклад розрахунку гудвілу повним методом**

Етапи	Розрахунок	Всього
Інвестиції	-	8000
Частка меншості	-	1000
Чисті активи дочірньої компанії	-	(4000)
Гудвіл	8000+1000-4000	5000

Джерело: [5], авторські розрахунки

Повний метод на відміну від пропорційного відображає гудвіл, що відноситься до дочірньої компанії в цілому, тобто такий, який належить всім акціонерам даного підприємства.

Дослідивши методи оцінки та розрахунку гудвілу, логічно буде зосередити увагу на його відображенні в обліку.

Гудвіл, що сформувався за період існування підприємства, стає об'єктом бухгалтерського обліку тільки на момент здійснення продажу підприємства в цілому або його частини. Таким чином, для відображення в обліку суми придбаного гудвілу необхідно, по-перше, щоб було зафіксовано факт придбання підприємства (відбулася зміна власни-

ка), та по-друге, щоб на дату придбання існувала різниця між фактичною вартістю придбання чистих активів та їх справедливою вартістю.

Розглянемо на умовному прикладі відображення гудвілу в обліку. Підприємство придбало фірму за 50000 грн. На дату придбання справедлива вартість ідентифікованих активів і зобов'язань фірми складала: необоротні активи – 30000 грн, оборотні активи – 5000 грн, поточні зобов'язання – 10000 грн.

Таким чином, вартість придбаних чистих активів становить 25000 грн (30000+5000-10000), при цьому вартість гудвілу – 25000 грн (50000-25000). Порядок відображення придбання фірми в обліку наведено в табл. 5.

Таблиця 5

**Приклад відображення гудвілу в обліку під час придбання фірми**

№	Зміст господарської операції	Сума, грн.	Кореспонденція рахунків	
			Дебет	Кредит
1.	Перерахування грошових коштів продавцю за фірму	50000	377 «Розрахунки з іншими дебіторами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
2.	Зарахування на баланс підприємства кредиторської заборгованості придбаного фірми	10000	377 «Розрахунки з іншими дебіторами»	631 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»
3.	Зарахування на баланс підприємства придбаних необоротних активів	30000	15 «Капітальні інвестиції»	377 «Розрахунки з іншими дебіторами»
4.	Зарахування на баланс підприємства придбаних запасів та дебіторської заборгованості	5000	20 «Виробничі запаси» 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»	377 «Розрахунки з іншими дебіторами»
5.	Відображення гудвілу	25000	191 «Гудвіл при придбанні»	377 «Розрахунки з іншими дебіторами»

Джерело: [4], авторські розрахунки

Тепер розглянемо умовний приклад відображення негативного гудвілу. Підприємство придбало фірму за 10000 грн. На дату придбання справедлива вартість ідентифікованих активів і зобов'язань фірми становила: необоротні активи – 30000 грн, оборотні активи – 5000 грн, поточні зобов'язання – 10000 грн.

Таким чином, вартість придбаних чистих активів становить 25000 грн (30000+5000-10000), вартість негативного гудвілу – (15000) грн (10000-

25000). Порядок відображення придбання фірми в обліку наведено в табл. 5.

Як і будь-який нематеріальний актив, гудвіл довгий час підлягав амортизації. Проте такий підхід до зменшення вартості є предметом постійної критики. По-перше, визначення строку амортизації є дуже складним та суб'єктивним процесом, оскільки гудвіл представляє собою майбутні економічні вигоди від активів, що можуть розглядатися тільки у взаємодії.

#### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Астрелина В.В. Оценка деловой репутации банка / В.В. Астрелина, П.К.Бондарчук // Деньги и кредит. – 2012. – № 12. – С. 16 – 23.
2. Бланк І.А. Основи фінансового менеджмента. Т.2 / І.А.Бланк – К. : Ника-Центр, 1999. – 427 с.
3. Брихаров Є.І. Актуальність питання оцінки гудвіла підприємств в Україні / Є.І. Брихаров // Управління розвитком. – 2012. – №10. – С. 166 – 168.
4. Волинец Л. Гудвилл как категория бухгалтерского учета / Л. Волинец // Экспресс - анализ законодательных и нормативных актов. – 2010. – № 9-10. – С. 23 – 36.
5. Забута И. Гудвилл: методы расчета и обесценение / [Электронный ресурс] / И. Забута // Институт проблем предпринимательства. – 2010. – Режим доступа: <http://www.ipnou.ru/>.
6. Ковалев В.В. Гудвилл как бухгалтерская категория / В.В.Ковалев //Бухгалтерский учет. – 2005. – № 8. – С. 52 – 59.
7. Колодезев Д.І. Гудвилл, или деловая репутация/ [Электронный ресурс] /Д.І. Колодезев // Люди дела. – Режим доступа: <http://audit.ludidela.ru/>.
8. Податковий кодекс України (із змінами, внесеними із Законом № 2856-VI від 23.12.2010 року).
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163.
10. Рейли Р.Ф. Оценка стоимости и бухгалтерский учет приобретенного гудвилла / [Электронный ресурс] / Р.Ф. Рейли , Р.П. Швайс //Корпоративный менеджмент. – 2007. – №1. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/>.
11. Риковська І.В. Историчний аспект та сутність гудвілу / [Електронний ресурс] / І.В. Риковська // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. Режим доступа: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
12. Римар О.О. Сучасні проблеми обліку та оцінки гудвілу в Україні / О.О. Римар // Управління розвитком. – 2012. – №4. – С. 142 – 146.
13. Родіонов О.В. Вплив ділової репутації підприємства на його розвиток / [Електронний ресурс] / О.В. Родіонов// Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – 2010. – № 22 (I). – Режим доступа: <http://archive.nbuv.gov.ua/>.
14. Турченко А.А. Двойственная природа гудвилла и его место в системе общественного воспроизводства / А.А. Турченко // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2007. – №43–1. – С. 1 – 8.
15. Уманцев Г.В. Учет гудвилла при приобретении предприятий / Г.В. Уманцев // Дебет-Кредит. – 2001. – № 14. – С. 50 – 53.
16. Филина О. Рассчитываем и оцениваем гудвилл / О. Филина// Актуальная бухгалтерия. – 2013. – № 11. – С. 103 – 108.
17. Щербакова О.А. Гудвилл: важнейшая составляющая нематериальных активов в учете коммерческих предприятий / О.А. Щербакова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 5. – С. 1– 7.