

## **ГУДВІЛ І ЙОГО МІСЦЕ В СКЛАДІ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА. МЕТОДИ ОЦІНКИ ГУДВІЛУ**

У складі основних економічних ресурсів підприємства важлива роль належить нематеріальним активам. Вони формуються з метою забезпечення виробничою діяльністю відповідно до фінансової стратегії розвитку підприємства. Функціонування нематеріальних активів ґрунтується на широкому теоретичному базисі та вивчається економістами як одна з найбільш складних категорій.

Це пов'язано зі спробою встановити суть, зміст і функції цієї економічної категорії, дослідження якої присвячена значна кількість наукових праць. У процесі розвитку економічних знань вихідним моментом наукових досліджень нематеріальних активів було визначення їх сутності.

Вагомий внесок в економічну теорію і практику формування ефективного використання нематеріальних активів зробили вітчизняні та зарубіжні науковці: О.Б. Бутнік-Сіверський, В.В. Клявлін, Ю.Л. Борко, П.П. Крайнев, О.Д. Святоцький, М.М. Могилова, Т.В. Котова, О.В. Молчанова, Т.А. Черниченко та інші вчені.

Відповідно до нових вимог визначають нову термінологію в сучасних законодавчих і нормативних актах, однак вона не повністю розкриває економічну суть і взаємозв'язок економічних категорій.

На наш погляд, необхідно відокремити абстрактні положення цих категорій і розглядати нематеріальні активи як частину економічних ресурсів підприємства, що відповідають функціональній спрямованості та обсягам господарської діяльності.

За визначенням, наведеним у п.4 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку № 8, нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та утримується підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, з адміністративною метою чи надання в оренду іншим особам.

Гудвіл (в перекладі ділова репутація) є самим важливим і цікавим невизначеним нематеріальним активом підприємства. Нематеріальні активи є одним з найбільш складних об'єктів обліку. Основні проблеми пов'язані з оцінкою деяких видів нематеріальних активів, взяття їх на облік, способами придбання, амортизації і списання з обліку. Особливе місце серед усіх нематеріальних активів займає гудвіл [ 1. с. 30 ]

Поняття гудвілу часто ототожнюють лише з репутацією фірми, яка склалася на ринку серед конкурентів. Однак це помилково, оскільки гудвіл може виникати внаслідок таких чинників, як вигідне територіальне розміщення компанії в економічному і географічному просторі, виникнення несприятливих умов діяльності для конкурентів, пільгові умови оподаткування, наявність стабільних покупців, рівень цін на товари і послуги тощо. Однак в обліку цей особливий вид активу виникає лише під час продажу компанії і з'являється в балансі покупця [ 2 с. 76 ].

В Україні мало використовується термін „гудвіл”, який в основному означає добру репутацію фірми. З позицій бухгалтерського обліку – це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань на дату придбання.

З точки зору податкового обліку, відповідно до Закону України „Про оподаткування прибутку підприємств” від 22.05.97р. № 283/97 – ВР, зі змінами та доповненнями пункту 1.7 статті 1, під гудвілом розуміють нематеріальні активи, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт,

послуг), нових технологій тощо. Вартість гудвілу не підлягає амортизації і не враховується у визначенні валових витрат платника податку [ 3 с. 164 ].

З позиції експертної оцінки, гудвіл (ділова репутація) – це комплекс заходів, спрямованих на збільшення прибутку підприємств без відповідного збільшення активних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючу позицію на ринку продукції (робіт, послуг), нові технології.

Причини виникнення гудвілу можуть бути різноманітні. До числа найбільш характерних відносяться:

- ефективна рекламна політика;
- особливо діюча система збуту;
- слабе керівництво конкуруючих компаній;
- сприятливий або пільговий нормативно-правовий режим роботи компанії;
- виникнення несприятливих умов для роботи компаній-конкурентів;
- висока якість продукції, яка виробляється компанією;
- ефективна організація і мотивація праці [ 4 с. 121 ].

Незважаючи на те, що фактори, які формують гудвіл не піддаються ідентифікації, більшість з них мають безпосереднє відношення до конкретних активів. Так високу якість продукції забезпечує репутація торгового імені або фірмової марки.

Відповідно до П (с)БО 19 строк корисного використання гудвілу визначається з урахуванням:

- прогнозованого строку діяльності підприємства;
- нормативно-правових актів або контрактів, що впливають на строк корисного використання;
- зміни попиту на продукцію (роботи, послуги) підприємства тощо [ 5 с.63 ].

Між вартістю підприємства та чистою вартістю його майна завжди існує різниця, яка і є гудвілом. Вона може бути позитивною або негативною.

Від’ємний гудвіл – це перевищення вартості частки покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов’язань над вартістю придбання на дату придбання.

Від’ємний гудвіл виникає там, де балансова вартість активів підприємства, що продається, перевищує розмір оплати за них. В одних випадках гудвіл приймає негативну величину, приймаючи характер знижки ціни, представлену покупцю в зв’язку з відсутністю стабільних клієнтів, ділових зв’язків та інше. З другого боку, від’ємний гудвіл можна розглядати як результат вигідної покупки, яка стає можливою у випадках уміння торгуватися.

Гудвіл може бути оцінений, але його не можна продати або передати окремо від підприємства, оскільки він невід’ємний і не належить підприємству на правах власності. Необхідно відмітити, що вартість гудвілу нерідко умовна. Її легко втратити із-за зроблених керівництвом підприємства помилок, в силу інших обставин.

Найпоширенішими є три способи визначення вартості гудвілу, тобто ціни, яку покупець має заплатити понад балансової вартості чистих активів.

Перший спосіб – визначається ринкова вартість чистих активів. Однак такий спосіб визначення вартості гудвілу є досить неточним і водночас складним. Складним, тому що, зазвичай, буває важко визначити, які саме об’єкти активів відносяться до чистих. Адже вартість чистих активів визначається тільки загальною, підсумковою величиною і дорівнює сумі власного капіталу (активи мінус зобов’язання). Щоб визначити ринкову вартість чистих активів, потрібно знати балансову вартість кожного об’єкта, що входить до складу цих активів [ 6 с. 213].

В даному випадку вартість гудвілу визначається двома величинами – вартістю придбання компанії та балансовою вартістю їх чистих активів. Якщо балансова вартість чистих активів залежить від наявності й оцінки зобов’язань і активів даного підприємства, а також від обраної підприємством облікової політики, то коло чинників формування ціни придбання компанії дуже широке. В першу чергу,

ціна реалізації компанії визначається за домовленістю покупця і продавця, кожен з яких переслідує свої інтереси. І саме ціна продажу компанії в основному визначає вартість гудвілу

Це спосіб є неточним тому, що ідентичність між ціною ділової репутації фірми і ринковою надбавкою до балансової вартості чистих активів, якими вона володіє, є не завжди виправданою, адже порівнюються фактично різні речі, але найбільш оптимальним.

Другий спосіб – полягає у виявленні спроможності підприємства приносити більші прибутки порівняно з іншими, які працюють у цій галузі [ 7 с. 121].

Для цього потрібно мати статистичні дані про інші аналогічні підприємства або дані публічних фінансових звітів таких підприємств, причому брати ці дані лише щодо тих підприємств, які мають приблизно однакові обсяги виробництва.

При цьому необхідно порівняти середньорічний прибуток підприємства, і такий же прибуток, визначений як середній прибуток інших підприємств, що працюють у цій галузі. Якщо виявиться, що прибуток даного підприємства перевищує середньогалузевий, то сума такого перевищення, помножена на кількість років, протягом яких новий власник сподівається отримувати хоча б такі ж самі (але не нижчі) прибутки, і буде становити вартість гудвілу.

Третій спосіб – вартість гудвілу визначається діленням суми перевищення прибутку підприємства над прибутком, визначеним як середній по галузі, на середню норму прибутку ( норма прибутку – це виражена в процентах частка прибутку в ціні товару [ 7 с. 122].

Цей спосіб дає можливість відповісти на запитання, яку суму коштів потрібно вкласти при купівлі підприємства, здатного постійно приносити прибутки, які перевищують аналогічний показник, взятий в середньому по галузі. Це той випадок коли термін корисного використання гудвілу важко спрогнозувати. Однак згідно з П(с)БО 19 цей термін не повинен перевищувати 20 років. Що стосується від'ємного гудвілу, то з часом він зникає перетворюючись на дохід.

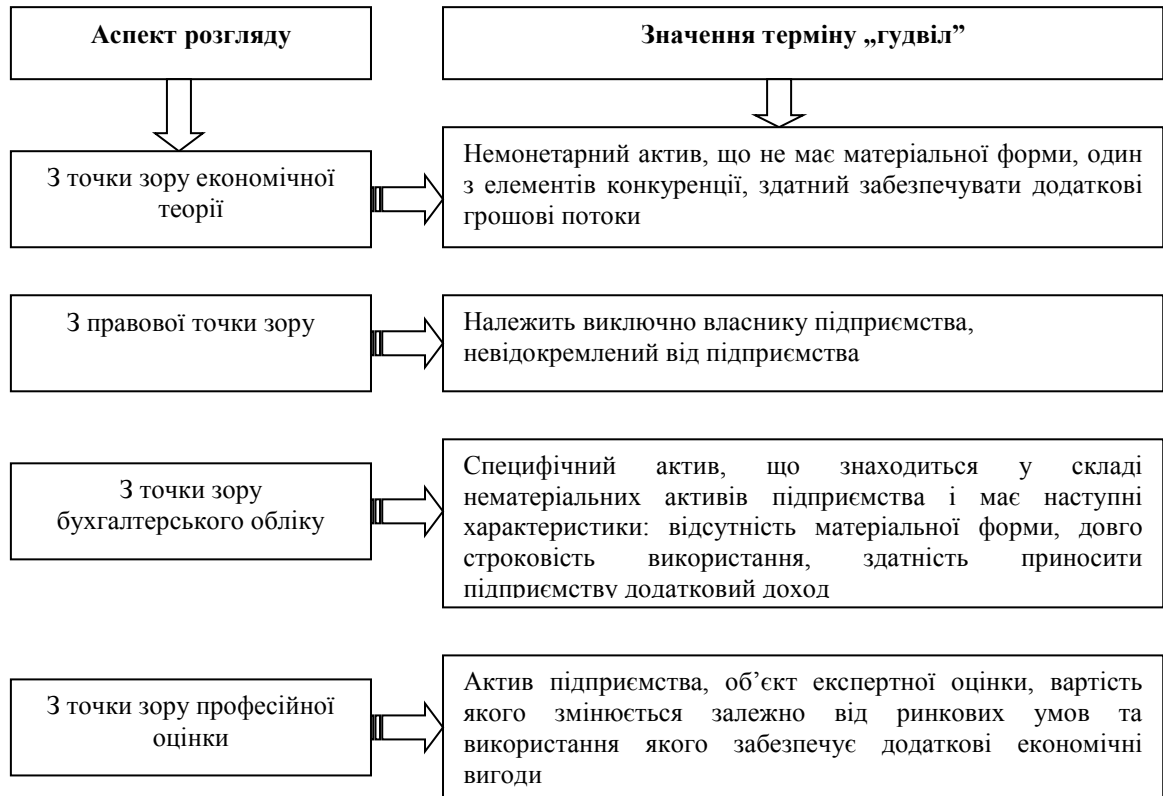
Гудвіл в бухгалтерському обліку і в практиці експертної оцінки значно відрізняється. В бухгалтерії всі операції, пов'язанні з розрахунком вартості гудвілу з метою поставки на баланс, проводяться після купівлі одного підприємства іншим. Експертна оцінка проводиться до проведення угоди з метою розрахувати реальну ринкову ціну того додаткового прибутку, який формує гудвіл підприємства.

Прийняття на баланс гудвілу є теж невирішеною проблемою, тому що неможливо відокремити, наприклад, використання кращих управлінських якостей, тобто важко відокремити гудвіл від оновленого гудвілу [ 8 с. 71].

На практиці фахівці схиляються до думки, що немає найбільш оптимального методу оцінки гудвілу, і найкраще використовувати той метод, який бути використаний за тих чи інших умов чи обставин.

Вартість гудвілу відтворює узагальнені наслідки впливу об'єктів нематеріальних активів, які не мають можливості якимось чином оцінити та видати відповідні документи про їх реєстрацію. Такі об'єкти не відображені в балансі і мають ознаки гудвілу, але визначення розміру їх впливу сьогодні є невирішеною проблемою.

Автором зроблено спробу сформулювати загальну схему визначення поняття „гудвіл” з урахуванням професійного аспекту її використання.



#### Професійний аспект розгляду поняття „гудвіл”

Отже, можна зробити висновок, що поява в Україні такого об’єкта бухгалтерського обліку, як нематеріальний актив, є свідченням того що відбулося реформування економіки держави. Удосконалення понятійного апарату нематеріальних активів має практичне значення для діяльності підприємств. Це заходить свій прояв у тому, що підприємства повинні постійно аналізувати стан власних ресурсів, правильно визначати їх величину з метою ефективного використання. В цілому викладений матеріал дає підставу віднести гудвіл до одного з найперспективніших напрямів підвищення ефективності діяльності підприємств, їх фінансової стійкості та рентабельності.

#### Список літератури

1. Ковалева Т.И. К вопросу учета и оценки гудвилла / теория и практика управления. – 2003. – № 2. – С. 30 – 33;
2. М.М. Могилова Вітчизняна і зарубіжна практика оцінки та амортизації гудвілу // Економіка АПК. - 2002. - № 10. – С. 76 – 82;
3. Закон України „Про оподаткування прибутку підприємств” від 22.05.97р. № 283/97 – ВР, зі змінами та доповненнями;
4. Т. Котова, О. Молчанова, Т. Черниченко, С. Гришина Российский и международный опыт признания и оценки гудвилла // Маркетинг. – 2005. - № 2. – С. 121 – 126;
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 „Об’єднання підприємств” // Все про бухгалтерський облік. – 2003. - № 14. – С. 63 – 64;
6. Економіка інтелектуальної власності. Конспект лекцій для студентів спеціалістів 7.000002 „Інтелектуальна власність” / О.Б. Бутнік-Сіверський. – К.: Інститут інтелектуальної власності і права, 2003. – 296 с.;

7. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів / За ред. О.Б. Бутніка-Сіверського: Кол.авторів: О.Б. Бутнік-Сіверський, Ю.Л. Борко, В.В. Клявлін та ін.: Наук.-практ. вид. – К.: Видавничий Дім „Ін Юре”, 2000. – 348 с.;
8. Практичний посібник з оподаткування нематеріальних ативів / За ред. О.Б. Бутніка-Сіверського: Кол.авторів: О.Б. Бутнік-Сіверський, Ю.Л. Борко, В.В. Клявлін та ін.: Наук.-практ. вид. – К.: Видавничий Дім „Ін Юре”, 2000. – 348 с.;
9. Нематеріальні активи: від придбання до ліквідації / Клименко А.. – Х.: Фактор, 2005. – 320 с.

