

Студент 1 року магістратури  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **АКТУАЛЬНІСТЬ ПИТАННЯ ОЦІНКИ ГУДВІЛА ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

*Анотація. Розглянуто основні проблеми оцінки гудвіла підприємств в Україні. Запропоновано на базі світової практики застосовувати певні підходи до методів розрахунку внутрішнього створеного гудвіла.*

*Аннотация. Рассмотрены основные проблемы оценки гудвила предприятий в Украине. Предложено на базе зарубежного опыта применять определенные подходы к методам расчета внутренне созданного гудвила.*

*Annotation. The main problems of estimation of goodwill of enterprises in Ukraine are examined. It is offered on the base of foreign experience to apply the certain approaches to near the methods of calculation of internal goodwill.*

*Ключові слова: гудвіл, нематеріальний актив, ринкова вартість, балансова вартість.*

У XXI ст. найбільш дорогими брендами є компанії, що працюють у сфері інформаційних технологій, продуктом діяльності яких є нематеріальний актив. На сьогодні ця тенденція набула таких обертів, що навіть промислові компанії збільшують свій баланс не за рахунок матеріальних активів, а за рахунок "бренда". Промисловий потенціал України на висоті, проте лише цього замало, тому тема відповідності світовим тенденціям, підтримки розвитку брендингу загалом та гудвіла зокрема є досить актуальною.

Питання оцінки гудвіла досліджували В. Діба [1], Л. Городянська [2], Бомжо В. П. [3], однак гудвіл дотепер є рідким явищем обліку українських підприємств.

Мета дослідження – виявити й оцінити можливі проблеми щодо запровадження обліку гудвіла на підприємстві.

Завдання дослідження полягає у розгляді проблеми організації методик обліку гудвіла, а також запропонованні нововведення щодо вдосконалення запровадження його обліку.

Об'єктом дослідження є оцінювання гудвіла підприємства.

Предмет дослідження – методики оцінки гудвіла підприємства.

Оцінка гудвіла необхідна при купівлі-продажу підприємства, злитті-поглинанні або прийнятті управлінських рішень щодо вартості підприємства (компанії), і визначають його як різницю між купівельною ціною підприємства як придбаного майнового комплексу в цілому та вартістю за бухгалтерським балансом усіх його активів і зобов'язань, якщо передбачається, що сторони угоди знають, за що покупець переплачує певні кошти, однак розкриття причин цього не є обов'язковим [4, с. 30].

Гудвіл може змінюватися під дією сукупності різних чинників, які можуть бути позитивними або негативними. Залежно від наявності перших або других чинників гудвіл можна розділити на позитивний і негативний. Негативний гудвіл (бедвіл) може складатися через некваліфікований персонал, нездатність порозумітися з владою в регіоні, незадоволеність державних органів, наявність судових процесів [1, с. 30].

Одна з методик оцінки гудвіла при придбанні підприємства визначає його вартість різниці між вартістю придбання підприємства та вартістю його ідентифікованих активів, що наведені в балансі підприємства, тобто:

Вартість гудвіла = Вартість придбання підприємства – (Вартість основних засобів + Вартість запасів + Вартість нематеріальних активів) [2, с. 42].

В Україні при обліку гудвіла необхідно враховувати такі основні два моменти, пов'язані з придбанням: придбане підприємство ліквідується; придбане підприємство не ліквідується, а стає дочірнім підприємством інвестора [2, с. 43–44].

Якщо підприємство внаслідок придбання його чистих активів іншим підприємством ліквідується, то покупець починаючи з дати придбання повинен відобразити в балансі активи і зобов'язання придбаного підприємства і будь-який гудвіл, що виникає в результаті придбання. У подальшому облік балансової вартості гудвіла, його амортизації здійснюється на рахунках обліку підприємства-покупця. Коли ж придбане підприємство не ліквідується, а продовжує здійснювати свою діяльність під контролем покупця (головного підприємства), то гудвіл показується не в окремому балансі покупця, а в консолідованому балансі групи за статтею "Гудвіл при консолідації", який підлягає амортизації протягом строку очікуваної його дохідності. Записи з нарахування амортизації гудвіла не показуються в обліку головного підприємства, а є коригувальними і впливають на показники лише консолідованої звітності [3, с. 15].

Амортизація гудвіла в обох вищезгаданих випадках здійснюється відповідно до вимог П(С)БО 19.

Первісна (балансова) вартість гудвіла зменшується щомісячним рівномірним нарахуванням амортизації протягом терміну корисного його використання, але не більше 20 років. Строк корисного використання гудвіла 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. Якщо гудвіл на кінець року не відповідає ознакам активу, то він списується з включенням залишкової вартості до витрат [5].

В Україні нерідко як балансова, так і ринкова оцінки вартості підприємства штучно занижуються або збільшуються з різних причин. Перевищення ринкової вартості угод унаслідок помилкової оцінки гудвіла на основі завищених прогнозних значень доходів у багатьох великих зарубіжних компаніях стало впродовж останнього десятиріччя тенденцією, що змушує їх переоцінювати гудвіл і списувати значні кошти у вартості активів. В Україні із

ринкової, можна говорити або про відсутність інтелектуальних активів у складі капіталу, або про нехтування їх оцінки, що відповідає створенню умов для доведення підприємства до банкрутства [2, с. 42–43].

Враховуючи зазначене вище, а також те, що не всі елементи внутрішнього гудвіла визнаються активами, у світовій практиці склалися певні підходи до методів розрахунку внутрішнього створеного гудвіла, серед яких можна виділити такі:

1) метод надлишкових прибутків, який використовують під час передпродажної оцінки гудвіла. Він ґрунтується на порівнянні рентабельності чистих активів підприємства з середньою рентабельністю чистих активів на фінансовому ринку або по галузі;

2) альтернативний метод, який передбачає розрахунок величини гудвіла як різниці 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;

3) метод вартості торговельної марки (дохідний), за яким гудвіл розраховують через дисконтування прогнозованих і постпрогнозованих потоків прибутку, генерованих гудвілом;

4) оцінка гудвіла за допомогою показника ділової активності, для чого до показника середньорічного обсягу продажу застосовують коефіцієнт, який визначають емпірично, виходячи з аналізу угод купівлі-продажу за однорідними підприємствами;

5) залишковий метод, за яким оцінюють вартість придбаного гудвіла за міжнародними та національними стандартами обліку, тобто гудвіл дорівнює різниці вартості придбання і справедливої вартості придбаних чистих активів;

6) розрахунок коефіцієнта Д. Тобіна, який відображає співвідношення ринкової вартості компанії та відновлювальної вартості її активів [3, с. 15–17].

Найбільша відмінність оцінки гудвіла в Україні від світової полягає в тому, що бухгалтерський облік не дозволяє повністю оцінити нематеріальні складові внутрішнього гудвіла підприємств, що викликає істотні відмінності між бухгалтерською оцінкою вартості підприємств та їх ринковою ціною. Навіть за стандартами обліку оцінити можна лише гудвіл, який виникає в разі придбання: відповідно до П(С)БО 19 "Об'єднання підприємств", гудвіл – це перевищення частки придбання над справедливою вартістю ідентифікованих активів і зобов'язань на дату придбання; справедлива вартість – сума, за якою може бути здійснений обмін активу або оплата зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами [5].

Щодо оцінки внутрішнього гудвіла, то це питання є проблематичним, оскільки за вітчизняними та міжнародними стандартами не визнаються активами більшість складових гудвіла.

У якості модифікації оцінки внутрішнього гудвіла пропонується включати у статтю "гудвіл": витрати на дослідження, витрати на підготовку та перепідготовку кадрів, витрати на підвищення ділової репутації підприємства, на створення торгових марок та ін., які відповідно до П(С)БО 8 "Нематеріальні активи" не визнаються активами, хоча витрати на них збільшують інтелектуальний та інформаційний капітал фірми.

Усе це призводить до суттєвих відхилень між реальною ціною, яку хоче отримати продавець, та ціною активів, що зазначені у балансі, тому потенційний інвестор повинен за власні кошти проводити серйозні маркетингові дослідження, щоб встановити реальну ціну компанії. Запропонована модифікація статті 065 "гудвіл", яка була б розписана за статтями розходів на неї, суттєво поліпшила б відносини між продавцем та інвестором.

На сьогодні інвесторам надають консервативні оцінки поточної вартості підприємства та його здатності до створення багатства загалом. Тому необхідно забезпечити бухгалтерській звітності більш надійну інформацію про такі нематеріальні активи. Цього можна досягти розширенням діючої моделі обліку та забезпеченням добровільного розкриття керівництвом ймовірного впливу нематеріальних активів на майбутню дохідність компанії.

Дані дослідження не є достатніми: потребує більш детального дослідження організація гудвіла підприємства та знаходження нових методів його правильного відображення для підвищення ефективності діяльності підприємства.

*Наук. керівн. Писарчук О. В.*

**Література:** 1. Діба В. Концепції гудвіла та інтелектуальний капітал / Діба В. // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 3. – С. 30–34. 2. Городянська Л. Гудвіл та відтворені інтелектуальні ресурси / Городянська Л. // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 5. – С. 42–49. 3. Бомжо В. П. Кількісна оцінка ділової репутації підприємства / В. П. Бомжо, Г. С. Сінько // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 5. – С. 15–17. 4. Плотникова Л. А. Нематериальные активы: обзор международного опыта и перспективы развития / Плотникова Л. А., Кастин А. Э. // Международный бухгалтерский учет. – 2006. – № 4. – С. 30–381. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.