

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ГУДВІЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВИЗНАННЯ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

В сучасному світі глобалізації та інтеграційних процесів для підприємства все більшого значення набуває збільшення вартості компанії та її оцінка. Це необхідно для виходу на міжнародні ринки, для збільшення інвестиційної привабливості. Головна ціль інвестора – це отримання економічної вигоди, отримання надприбутків не лише від діяльності, а також і при продажі компанії. При злитті, поглинанні і продажі компанії виникає проблема в її ринковій оцінці. Сьогодні вартість найбільших світових компаній як мінімум на половину складається з нематеріальних активів, а головним є те, саме ці активи впливають на ринкову вартість компанії, її репутацію та інвестиційну привабливість. Такий нематеріальний актив називається “гудвіл” (від англ. “goodwill” - добра воля).

В сучасному світі гудвіл є синергетичним поняттям, яке включає в себе ділову репутацію, корпоративні зв'язки, ефективний менеджмент та персонал, унікальні механізми господарювання.

Гудвіл, як об'єкт обліку в міжнародній та вітчизняній практиці відображається виключно при придбанні підприємства. Тому, логічним є питання, яке виникає при дослідженні даного поняття: чому він виникає виключно при придбанні (зміні власника), а в звичайній діяльності підприємства такого активу не існує?

Наприклад, А.О. Касич розглядає два підходи щодо виникнення такого нематеріального активу, що наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Ознаки внутрішньоствореного та придбаного гудвілу*

Критерії	Внутрішньостворений 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: [2]

Підхід стосовно визнання гудвілу об'єктом обліку при придбанні є певною мірою обґрунтований: гудвіл складається з таких елементів, які важко охарактеризувати та ідентифікувати, а також його не можна розглядати окремо від компанії, де він був створений. Відображення внутрішньогенерованого гудвілу, як об'єкта обліку в бухгалтерському обліку не передбачено ні вітчизняними нормативними актами, ні міжнародними. Відповідно до МСФЗ внутрішньогенерований гудвіл не визнається як актив, оскільки він не є ідентифікованим ресурсом (тобто не є відокремлюваним і не походить від договірних або інших юридичних прав), який контролюється суб'єктом

господарювання і який можна достовірно оцінити за собівартістю. Таке ж трактування можна спостерігати і у вітчизняних нормативних актах:

Існує декілька методик визначення величини гудвілу при придбанні, які передбачені вітчизняними та міжнародними нормативними актами. Так, відповідно до П(С)БО 19 “Об’єднання підприємств” [4] та МСФЗ 3 “Об’єднання бізнесу” [3] гудвіл розраховується як різниця між вартістю придбання підприємства та справедливою вартістю активів і зобов’язань. SFAS 142 “Гудвіл та інші невідчутні активи” [1], який є складовою US GAAP пропонує розраховувати гудвіл наступним чином:

$$GW = B_{\text{пп}} - IA - Z ,$$

де $B_{\text{пп}}$ – вартість придбання підприємства; IA – вартість ідентифікованих активів підприємства; Z – зобов’язання підприємства

Аналізуючи наведені підходи до розрахунку гудвілу, бачимо, що національні стандарти мають ідентичний підхід до визначення вартості гудвілу, натомість американські стандарти обліку мають дещо іншу методику розрахунку, але суть усіх є однаковою, яка полягає у тому, що гудвіл є різницею між фактично витраченими активами інвестора при придбанні та вартістю чистих активів об’єкта інвестування. При цьому може виникати позитивна або негативна різниця. Відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, негативний гудвіл повинен одразу після виникнення відобразитися у складі фінансових результатів суб’єкта господарювання.

Важливого значення набуває бухгалтерський облік позитивного гудвілу після його визнання, який не може амортизуватися, а лише коригується на суми переоцінки активів об’єкта інвестування.

Отже, гудвіл є нематеріальним активом, що утворюється в ході діяльності та дозволяє отримувати надприбутки. Враховуючи тенденцію розвитку економіки, зокрема, збільшення частки нематеріальних активів у загальній вартості компаній, одним із напрямів подальшого дослідження є удосконалення облікового відображення операцій з гудвілом, а також визначення його впливу на кінцевий фінансовий результат підприємства.

Список використаної літератури:

1. SFAS 142 “Гудвіл та інші невідчутні активи”. URL: http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220124961&acceptedDisclaimer=true. (Дата звернення: 06.11.2016 р.).
2. Касич А. О. Теоретичні та методичні основи оцінки та обліку гудвілу підприємства. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2015. Вип. 1(2). С. 28-32.
3. МСФЗ 3 “Об’єднання бізнесу” Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_006_ (Дата звернення: 06.11.2016 р.).
4. П(С)БО 19 “Об’єднання підприємств”, затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 № 163, зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>. (Дата звернення: 06.11.2016 р.).