

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ГУДВІЛ» ЯК ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ**

Сучасні тенденції розвитку економіки та бізнесу, які формуються під впливом світових глобалізаційних процесів, все більше направляють свій вектор на визнання нематеріальних активів підприємства такими, що визначають успішність самого бізнесу. Якщо аналізувати споживчий ринок та поведінку споживача, то можна зробити висновок, що при зростанні вимог до продукту, все більшого значення набувають унікальні якості даного товару (при подібних якісних характеристиках та порівнюваному ціновому діапазоні). Наслідком таких трансформацій на ринку є збільшення значення ділової репутації, іміджу, рівня постачальників, наявність переваг, що зацікавлюють покупця та формують його лояльність, забезпечуючи отримання надприбутку. Згадані нематеріальні активи та процеси, які з ними пов'язані мають назву «гудвіл» (англ. «goodwill») підприємства.

Гудвіл – категорія багатозначна, яка широко використовується в різних галузях економіки і права: в бухгалтерському обліку, фінансовому менеджменті, в цивільному і кримінальному праві. Тому його можна систематизувати взаємності від сфери діяльності, в якій він застосовується: ділова репутація як юридична категорія або як економічна (бухгалтерська, фінансова) категорія.

Гудвіл як юридична категорія є об'єктом правових відносин. Репутація може постраждати під дією внутрішніх факторів, обумовлених власними тактичними або стратегічними помилками, атакож зовнішніх обставин, що не залежать безпосередньо від діяльності організації (неточна або помилково опублікована інформація, недобросовісні дії конкурентів і т.д.). Гудвіл може стати мішенню для конкурентів, постраждати в результаті некомпетентності або несумлінності працівників ЗМІ, тому він потребує захисту не менше, ніж власність.

Як бухгалтерська (економічна) категорія гудвіл відображає невідчутні активи підприємства, що відрізняють його від споріднених за видами обліку об'єктів. З одного боку, він являє собою вже сформований потенціал підприємства, а з іншого боку, відображає очікування учасників ринку щодо перспектив розвитку фірми, яке часто носить спекулятивний характер. Гудвіл має нематеріальну природу і впливає на функціонування підприємства протягом певного періоду часу. При цьому характер цього впливу може бути різноманітним. Відсутність у нематеріальних активів матеріально-речової форми в певній мірі можна вважати умовним. На відміну від інших нематеріальних активів гудвіл неможливо передати, продати або подарувати. Він не може бути самостійним об'єктом угоди, оскільки не належить організації на основі права власності, не може бути відчужений, не може існувати окремо від неї. Він притаманний всій організації і невіддільний від неї.

Гудвіл в залежності від способу виникнення на підприємстві можна розділити на внутрішньостворений і придбаний.

Внутрішньостворений гудвіл відноситься безпосередньо до конкретного підприємства і являє собою роками накопичений нематеріальний актив, що дозволяє мати відчутні конкурентні переваги. Він не наводиться в

балансі, але побічно відбивається в ринковій ціні акцій організації. Чим вище величина гудвілу, тим вище і котирування цінних паперів компанії. Таким чином, придбаваючи акції будь-якого підприємства, інвестор платить і за її гудвіл.

Залежно від рівня прояву в економічній системі створений гудвіл можна розділити на гудвіл країни, регіону, підприємства. Гудвіл країни базується на сформованій діловій репутації регіонів. Регіональний гудвіл формується зовнішніми умовами, що мають нематеріальну природу, і впливає на отримання додаткового прибутку. Гудвіл країни і регіону характеризує конкурентоспроможність економіки на відповідному рівні і впливає на її інвестиційну привабливість.

Придбаний гудвіл – це нематеріальний актив, що відображається в балансі підприємства, що виникає після операції з купівлі-продажу бізнесу. Придбаний гудвіл визначається як різниця між ціною угоди купівлі-продажу підприємства, як єдиного майнового комплексу і обґрунтованою вартістю його чистих активів. Придбаний гудвіл можна розділити на справедливий і балансовий. Справедливий гудвіл має місце, коли облік і відображення у фінансовій звітності, при об'єднанні бізнесу здійснюються відповідно до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності. При цьому вартість гудвілу визначається як різниця між ціною угоди і справедливою вартістю її чистих активів. Балансовий гудвіл знаходить своє відображення у фінансовій звітності, складеної відповідно до вимог системи бухгалтерського обліку, яка базується на відображенні даних за історичною вартістю, при цьому вартість гудвілу визначається як різниця між ціною угоди і балансовою вартістю чистих активів або оціночної (початковою) вартістю при продажу підприємства в ході проведення аукціону (конкурсу).

Гудвіл в залежності від характеру впливу на бухгалтерську звітність можна класифікувати як позитивний, від'ємний або нульовий.

Причиною виникнення від'ємного гудвілу може бути завищення вартості активів, зниження величини зобов'язань, очікувані в майбутньому збитки від роботи підприємства та ін. Негативне значення гудвілу може бути наслідком знецінення цінних паперів, коли ринкова вартість акцій підприємства стає нижче балансової вартості. Від'ємний означає, що сумарна ринкова оцінка активів перевершує ціну, по якій оцінює підприємство ринок.

Отже, гудвіл стає важливим знаряддям зміцнення позицій підприємства, оскільки дозволяє йому мати певні конкретні переваги на ринках праці, капіталу, ресурсів, цінних паперів і генерувати додаткові доходи. Позитивний гудвіл не тільки полегшує доступ підприємства до різних ресурсів (кредитних, матеріальних, фінансових і т.д.), але і забезпечує надійний захист інтересів підприємства в зовнішньому середовищі, впливає на обґрунтованість прийняття рішень в області менеджменту.