

ОСНОВНІ СПОСОБИ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ГУДВІЛУ В УКРАЇНІ

УДК 657.421.3:657.92

Кочина О. Р., студентка 2 курсу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто поняття «гудвіл» у нормативно-правових актах та за визначенням різними науковцями. Наведено критерії визнання гудвілу нематеріальним активом згідно ПСБО. Досліджені способи визначення вартості гудвілу.

Ключові слова: гудвіл, нематеріальні активи, ринкова ціна, балансова вартість, прибуток.

Abstract. The concepts of "goodwill" and the criteria for its recognition as an intangible asset according to NAS are considered. Methods for determining the value of goodwill are investigated.

Keywords: goodwill, intangible assets, market price, book value, profit.

В умовах глобалізації, розвитку науки і нових технологій для забезпечення економічного зростання необхідно мати не лише матеріальні та фінансові активи, але й нематеріальні. Прикладами таких нематеріальних активів можуть бути знання працівників, ділові зв'язки, кваліфікація менеджерів, бази даних, бренд тощо. Усі перелічені нематеріальні активи синтезуються в одне поняття – гудвіл.

На сьогоднішній день в Україні не існує єдиного визначення поняття «гудвіл». Згідно з Податковим кодексом 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 [1]. У ПСБО 19 зазначається, що гудвіл- це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання [2]. Українські вчені також не мають спільної думки щодо поняття «гудвіл». Наприклад, Сагова С. В вважає, що гудвіл – це позитивна чи негативна різниця між вартістю придбання підприємства в цілому і сукупною вартістю його чистих активів, кожен з яких на дату придбання оцінено за справедливою вартістю[3]. А Кошевець В. В вважає, що це вартість, яка формується в результаті комплексного

управління емоційною привабливістю, якістю продукції, відносинами з партнерами, репутацією керівництва, фінансовими показниками, соціальною відповідальністю, що є джерелом зростання вартості компанії [4].

Гудвіл вважається активом, коли відображається в обліку лише при придбанні суб'єкта господарювання, він не може продаватися окремо від підприємства та не підлягає амортизації. Якщо гудвіл на кінець року не відповідає ознакам активу, то він списується.

Також гудвіл вважають активом, коли його можна розділити на позитивний та негативний. Позитивний гудвіл - це ціна, яку покупець платить за підприємство, понад справедливую вартість його чистих активів. До складових позитивного гудвілу відносять: торгівельну марку, рекламу, якість продукції, наявність стабільних постачальників та споживачів тощо. Негативний гудвіл виникає, коли балансова вартість активів підприємства, перевищує ринкову вартість. Він може з'явитися через некваліфікований персонал, наявність судових процесів і т.д.

Для визначення вартості гудвілу існують три найпоширеніші способи [5]. Згідно з першим способом необхідно визначити ринкову вартість чистих активів. Для цього необхідно знати балансову вартість кожного об'єкта, що входить до складу активів. Але цей спосіб є неточним і складним, тому що важко визначити, які саме об'єкти активів відносяться до чистих. Щоб підрахувати підсумкову вартість, потрібно провести інвентаризацію.

Другий спосіб полягає у виявленні можливостей підприємства приносити більші прибутки ніж інші, які працюють у цій галузі. Для цього потрібно порівняти середньорічний прибуток даного підприємства, і прибуток інших підприємств, що працюють у тій же галузі. Якщо прибуток цього підприємства перевищує середньогалузевий, то сума перевищення, помножена на кількість років, протягом яких новий власник сподівається отримувати прибутки, і буде становити вартість.

За третім способом вартість гудвілу визначається діленням суми перевищення прибутку над середнім прибутком по галузі, на середню норму прибутку. Завдяки цьому способу можливо визначити яку суму

коштів потрібно вкласти при купівлі підприємства, здатного постійно приносити прибутки.

Отже, гудвіл є одним із ключових чинників формування ринкової вартості підприємства. Він є активом, його не можливо продати окремо від підприємства, також він не підлягає амортизації. Гудвіл може бути як позитивним, так і негативним. Оцінюючи його підприємство може приймати управлінські рішення, які можуть покращити діяльності підприємства та приносити прибуток.

Література:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/275517>

2. Положення бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств", затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 №163 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://zakon.help/article/polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-19/>

3. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу / С.В. Сагова // Фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; відп. ред. А. М. Мороз. — К.: КНЕУ, 2009. — Вип. № 14. — С.291-298.

4. Кошевець В. В. Формування понятійно-категоріального апарату системи управління гудвілом підприємства / В. В. Кошевець // Вісник Сумського державного університету. Сер.: Економіка. — 2012. - № 4. — С.102-106.

5. 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.;

Науковий керівник,
к.е.н, доц.

Фартушняк О.В.