

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

КІРІЯ МАР'ЯНА ВАСИЛІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри
обліку, аналізу і аудиту
д.е.н., професор

« _____ » _____ 2024 р.

**ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ
ГУДВІЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Спеціальність 071 Облік і оподаткування

Магістерська робота

Керівник:
О. О. Разборська, доцент
кафедри обліку, аналізу і аудиту,
канд.екон.наук, доцент

Оцінка: _____ / _____ / _____
(бали/за шкалою ЕКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця 2024

АНОТАЦІЯ

Кірія М. В. Обліково-аналітичне забезпечення оцінки та управління гудвілом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Магістерська робота. Кафедра обліку, аналізу та аудиту економічного факультету, Донецький національний університет імені Василя Стуса Міністерства освіти і науки України, Вінниця, 2024. – с. 83.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню ключових питань обліково-аналітичного забезпечення оцінки та управління гудвілом підприємств. Вивчено наукові думки щодо сутності поняття «гудвіл» та «ділова репутація». Проведено історичний аналіз його становлення в науковому світовому просторі, його нормативне обґрунтування. Проведено аналіз сучасних методів оцінки гудвілу.

Досліджено специфіку фінансово-господарської діяльності Споживчого товариства «Кобзар», проведено аналіз рівня показників за період 2021-2022 рр., запропоновано шляхи покращення показників діяльності в складних умовах невизначеності бізнесу. Запропоновано використання субрахунків та аналітичних рахунків для систематизації операцій з гудвілом. Детально розкрито методику обліку гудвілу за МСФЗ. Досліджено методичні підходи обліку внутрішнього гудвілу як ділової репутації підприємства. Досліджено механізм оцінювання та відображення у обліку операцій з гудвілом при продажу майнового комплексу.

Розглянуто напрями розвитку системи облікової оцінки нематеріальних активів в контексті вартісно-орієнтованого управління. Запропоновано шляхи удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів при оцінці внутрішнього гудвілу на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій.

Отримані результати можуть слугувати базою для розробки рекомендацій з удосконалення обліково-аналітичне забезпечення оцінки та управління гудвілом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу.

Ключові слова: гудвіл, ділова репутація, внутрішній гудвіл, зовнішній гудвіл, позитивний і негативний гудвіл, методи оцінки гудвілу, внутрішньо створені активи, облік, аналіз, обліково-аналітичне забезпечення.

Табл. 16. Рис. 10. Бібліограф: 65 найм.

SUMMARY

Kiriya M. V. Accounting and analytical support for evaluation and management of goodwill at enterprises of the hotel and restaurant business. Master thesis. Department of Accounting, Analysis and Audit of the Faculty of Economics, Donetsk National University named after Vasyl Stus of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Vinnytsia, 2024. - p. 83.

The qualification work is devoted to the study of key issues of accounting and analytical support for the evaluation and management of goodwill of enterprises. Scientific opinions on the essence of the concept of "goodwill" and "business reputation" have been studied. A historical analysis of its formation in the scientific world space, its normative justification, was carried out. An analysis of modern methods of goodwill assessment was carried out.

The specifics of the financial and economic activity of the Consumer Society "Kobzar" were studied, an analysis of the level of indicators for the period 2021-2022 was carried out, and ways to improve performance indicators in difficult conditions of business uncertainty were proposed. The use of sub-accounts and analytical accounts for the systematization of operations with goodwill is proposed. The method of accounting for goodwill according to IFRS is disclosed in detail. Methodical approaches to accounting for internal goodwill as a business reputation of the enterprise have been studied. The mechanism of evaluation and reflection in the accounting of operations with goodwill during the sale of a property complex has been studied.

The directions of development of the system of accounting assessment of intangible assets in the context of value-oriented management are considered. Ways to improve the accounting and reporting of intangible assets in the assessment of internal goodwill based on the use of modern computer technologies are proposed.

The obtained results can serve as a basis for the development of recommendations for improving the accounting and analytical support for the evaluation and management of goodwill at enterprises of the hotel and restaurant business.

Keywords: goodwill, business reputation, internal goodwill, external goodwill, positive and negative goodwill, goodwill assessment methods, internally created assets, accounting, analysis, accounting and analytical support.

Tabl. 16. Fig. 10. Bibliography: 65 items.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ГУДВІЛУ	9
1.1 Поняття гудвіл та історія його становлення.....	9
1.2 Методи оцінки гудвілу	19
1.3 Основні показники фінансово-господарської діяльності СПОЖИВЧОГО ТОВАРИСТВА «КОБЗАР»	28
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2 ОБЛІКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ГУДВІЛУ.....	41
2.1 Облік гудвіла за МСФЗ.....	41
2.2 Методологія розкриття інформації про внутрішній гудвіл підприємства у фінансовій звітності	46
2.3 Бухгалтерський метод оцінки гудвілу підприємства	54
Висновки до розділу 2	60
РОЗДІЛ 3 ПІДХОДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГУДВІЛОМ	63
3.1 Напрями розвитку облікової оцінки нематеріальних активів в контексті вартісно-орієнтованого управління.....	63
3.2 Удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій	68
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	76
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Актуальність дослідження. Вирішення питань інноваційної трансформації економіки України (в умовах воєнного стану та повоєнний період) можливе за умови використання сучасних форм і методів отримання обліково-аналітичного забезпечення та запровадження новітніх технологій у бізнес-процеси підприємств. Від того, наскільки якісно їх надають, залежить імідж, престиж, репутація і навіть майбутнє бізнесу. Означене вказує на необхідність дослідження використання гудвілу, як об'єкту обліку, оскільки з одного боку, гудвіл є нематеріальним активом, але головною умовою визнання нематеріального активу є його ідентифікація. При цьому гудвіл є частиною репутації підприємства, а тому його не може бути відокремлено від неї.

Наразі маємо низку підприємств, які за рівних умов діяльності, мають різну вартість за результатами оцінювання. Проблеми, пов'язані з оцінкою та обліком гудвілу, знаходять відображення в різних аспектах економічної діяльності. Зокрема, необхідність оцінки реальної вартості людського капіталу з огляду на обмежені можливості на даному етапі щодо включення реальної вартості людського капіталу в активи господарюючих суб'єктів; необхідність оцінки внутрішнього гудвілу як витрат формування конкурентоспроможності з огляду на реальну вартість людського капіталу в активи господарюючого суб'єкта.

За цих умов, серед цілей застосування внутрішнього обліку (внутрішнього гудвілу) слід виділити адміністративну, де здійснюється оцінка ефективності роботи персоналу, розробка заходів з управління людським капіталом, а також аналітичну, яка виконує завдання з оцінки конкурентоспроможності людського капіталу.

З огляду на те, що не всі елементи, які складають внутрішній гудвіл, можуть бути активами, методологію оцінювання людського капіталу можна звести до низки базових методів, що доцільно класифікувати за функціональними та економічними ознаками. Для оцінки гудвілу підприємству необхідно звернути увагу на такі

аспекти як: бухгалтерський облік, міжнародні стандарти фінансової звітності, менеджмент та фінансовий менеджмент.

Даною проблематикою щодо оцінки поняття гудвілу як економічної та бухгалтерської категорії; методологічних засад обліково-аналітичного забезпечення гудвілу активно займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, серед яких слід виділити: М. Блум, К. Гарсія, М. Мард, Ф. Мор, Л.-Р. Діксі, Г. Кане, П.Д. Лік, А. Літлтон, В. Петон, Г. Хетфілд, Д. Хітчнер, М. Бондар, Ю. Верига, О. Коба, А. Корчемлюк, П. Куцик, С. Кучер, І. Литвинчук, Є. Ходаківський, Г. Циганенко та ін.

Як засвідчує аналіз публікацій, сьогодні проблеми трактування гудвілу, його оцінки, класифікації та відображення в обліку продовжують бути предметом наукових дискусій. Проте, незважаючи на численність наукових праць та значні наукові здобутки у цій сфері, низка методичних та практичних питань, пов'язаних із трактуванням поняття «гудвіл» та його відображенням в обліку, залишаються невирішеними. Зокрема питання щодо репутації підприємств, які при різних рівнях умовах мають нерівну вартість, що залежить від розміру підприємства і галузі, в якій воно працює.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних, організаційних положень та розробка практичних рекомендацій щодо обліково-аналітичного забезпечення гудвілу (ділової репутації) в системі вартісно-орієнтованого управління підприємством.

Відповідно до мети передбачено послідовне вирішення таких завдань:

- дослідити сутність поняття «гудвіл» та історію його формування в світовому науково-методичному та правовому просторі;
- розглянути методи оцінки гудвілу, їх переваги та недоліки;
- проаналізувати показники діяльності базового підприємства, оцінити його перспективи діяльності в умовах невизначеності;
- систематизувати й удосконалити методичні підходи обліку внутрішнього гудвілу;
- дослідити етапи методики обліку гудвілу за МСФЗ;

- здійснити послідовний розрахунок вартості при оцінці ціни продажу майнового комплексу;
- розглянути напрямки розвитку системи облікової оцінки нематеріальних активів як об'єктів внутрішньо створених активів в контексті вартісно-орієнтованого управління;
- запропоновано шляхи удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів в умовах застосування сучасних комп'ютерних технологій.

Об'єктом дослідження є обліково-аналітичне забезпечення оцінки та вартісно-орієнтованого управління гудвілом в Споживчому товаристві «Кобзар».

Предметом дослідження є теоретико-методичні, організаційні та практичні засади обліку і аналізу гудвілу а системі оцінювання та управління бізнесом.

Методологічною основою роботи є положення концепції вартісно-орієнтованого управління, концепції фінансової, нефінансової та інтегрованої звітності, а також праці вітчизняних та зарубіжних учених і дослідників з питань розвитку обліково-аналітичного забезпечення оцінки та управління гудвілом.

Використано *методи* наукового дослідження, зокрема аналізу, порівняння, історичного пошуку, систематизації, моделювання та узагальнення результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження є наукові джерела (монографії, фахові наукові статті, матеріали науково-практичних конференцій вітчизняних і зарубіжних учених з питань розвитку обліково-аналітичного забезпечення оцінки і управління гудвілом; вітчизняні та міжнародні нормативні документи, що регулюють порядок ведення обліку гудвілу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розвитку теоретичних, методичних та організаційних аспектів обліку і аналізу оцінки гудвілу в системі вартісно-орієнтованого управління підприємством.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення та пропозиції, одержані автором за результатами дослідження, доведено до рівня

методичних розробок і практичних рекомендацій, які можуть бути використані для удосконалення методики обліку і аналізу гудвілу в системі вартісно-орієнтованого управління підприємства.

Апробацію результатів дослідження за темою кваліфікаційної роботи було здійснено за наступних умов:

- ✓ при написанні фахової статті у науковому журналі «Економічний аналіз» на тему «Гудвіл як обліково-аналітична категорія забезпечення оцінки та управління діловою репутацією підприємства» у № 3 видання 33, 2023 р. [16];

- ✓ написанні тез до збірника матеріалів XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції (10-11 листопада 2023 р., Одеса) «Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України (в умовах воєнного стану та поствоєнний період)» на тему: «Методи оцінки гудвілу та їх застосування в контексті обліково-аналітичного забезпечення інноваційної трансформації та привабливості бізнесу» [41];

- ✓ написанні тез до збірника наукових матеріалів СХХХІІ Міжнародної Інтернет-конференції (13 жовтня 2023 р., Хмельницький) «Місце України в світовому розвитку науки та техніки» на тему: «Особливості обліку окремих видів нематеріальних активів» [17];

- ✓ написанні тез до збірника матеріалів Х ювілейної Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія» (Тернопіль) на тему: «Удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій» [49].

Кваліфікаційна (магістерська) робота складається зі структурних частин, які налічують: вступ, три розділи основної частини та висновки до кожного з них, загальні висновки, список використаних джерел, додатки. Для написання роботи використано 65 джерел та в якості ілюстративного матеріалу побудовано 16 таблиць, 10 рисунків, 4 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ГУДВІЛУ

1.1. Поняття гудвілу та історія його становлення

В сучасному світі для управління бізнесом та його ефективністю, доцільним та конкурентоспроможним функціонуванням, співробітникам необхідно мати суттєві різноманітні навички в розрізі економіки, оподаткування, обліку, контролю та аналізу. Зважаючи на особливості організації і ведення обліку, складання звітності, зауважимо, що коректність та точність обліково-аналітичного забезпечення оцінки та управління гудвілом напряду впливають на функціонування підприємства, зокрема, на тривалість та успішність його діяльності як ділового партнера для інших економічних суб'єктів; на створення та захист його ділової репутації, зокрема, на забезпечення соціальної відповідальності як сумлінного платника податків.

Зауважимо, що перша згадка гудвіла (ділової репутації) відзначена в Англії ще в першій половині XV ст. – до виходу «Трактату про рахунки та записи», написаного родоначальником принципів бухгалтерського обліку Лукой Пачолі. Понад двісті років англійське законодавство забороняло використовувати гудвіл як елемент комерційних угод. Підприємство, продане з гудвілом, є більш привабливим комерційно, що збільшує ймовірність зосередження кількох підприємств в одних руках. Це, у свою чергу, зменшує конкуренцію та веде до монополії. Саме тому протягом кількох століть при здійсненні угод купівлі-продажу доводилося вважувати ділову репутацію. Якщо ж обман розкривався, то продавцеві підприємства загрожували великі штрафи і навіть в'язниця. І лише у 1620 р. влада Великобританії визнала, що категорія «гудвіл» має право на існування.

Отож, поняття гудвіл в якості ділової репутації зародилося більше п'яти століть назад і датується 1571 р., оскільки саме тоді зустрічається перша офіційна

згадка про гудвіл в Англії. Проте гудвіл і до сьогодні залишається однією із самих загадкових категорій економіки та бухгалтерського обліку.

Відповідно, в табл. 1.1 нами розглянуто історичні аспекти становлення та розвитку гудвілу, наведено результати аналізу його характеристик.

Таблиця 1.1. Історичні аспекти становлення та розвитку гудвілу

Період/Дата	Країна	Характеристика
До початку XV ст. ст.	Англія	<i>Гудвіл як ділова репутація окремої особи - чесного та продуктивного працівника.</i>
1571 р.	Англія	<i>Гудвіл як ділова репутація Початок мануфактурного виробництва. Перша офіційна згадка про гудвіл.</i>
3 кінця XVII ст.	Англія	<i>Офіційні згадки про гудвіл у друкованих джерелах.</i>
XIX ст.	Англія	<i>Термін «гудвіл» перейшов з юридичної у бухгалтерську практику.</i>
3 кінця XIX ст. і до сьогодні	Весь цивілізований світ	<i>Гудвіл стає об'єктом дискусій як у науковому світі, так і в бізнес-середовищі як економічна категорія.</i>
		<p>Розвивається дві протилежні точки зору щодо гудвіла:</p> <p><i>Перша – «є особливим видом вуалювання бізнесу»</i> (н-д, І.Ф.Шер (Швейцарія) вважав, що «гудвіл використовується в бухгалтерському балансі для того, щоб приховати окремі аспекти діяльності, збільшити або зменшити вартість приїї продажу);</p> <p><i>Друга – як «дисконтована вартість майбутніх надприбутків»</i> (н-д, Ф.Пікслей (Англія) вважав, що «гудвіл властивий будь-якому підприємству, що функціонує, може бути куплено та має надприбуток. Проте, об'єктом відображення в бухгалтерському обліку може бути тільки «придбаний гудвіл», тобто гудвіл, що виникає при купівлі-продажу підприємства»).</p>
XX ст. і до сьогодні	Весь цивілізований світ	<p><i>При дослідженні поняття гудвіл (ділова репутація) враховується суспільна думка, формування свідомості споживача, соціальні аспекти репутації.</i></p> <p>Зокрема,</p> <ul style="list-style-type: none"> - забезпечує можливість споживачам добровільно обирати підприємство або його продукцію (Д.Марстон); - забезпечує формування необхідної підприємству суспільної думки (С.Соерхафт та С.Аткінс); - « ділова репутація визначається як публічне представлення підприємства, кумулятивне судження суспільства про підприємство за період часу на підставі порівняльного успіху на ринку і задоволення сподівань у акціонерів (С.Фомбрана та М.Шенлі).

Джерело: розроблено на основі [22, 54].

Зауважимо, що «на думку багатьох вчених, гудвіл як репутація залежить від розміру підприємства і галузі, в якій воно працює. Існує зв'язок між репутацією і соціальною значущістю підприємства – внеску підприємства в суспільство: його розвиток і поліпшення. При цьому ділову репутацію або розвиток подій на майбутнє респонденти моделюють самі. Картину доповнюють партнери, зовнішнє оточення підприємства, стан ринку й інші фактори» [21].

Ми вважаємо, що дуже обгрунтовано С. Томсен описує важливу роль нематеріальних активів, одним із яких є ділова репутація, яка заснована на брендові підприємства, що складається з таких компонентів як імідж, ділова репутація діяльності, включаючи фінансові аспекти і персонал; та бренду товару або послуги в традиційному розумінні. Підкріплюють економічну сутність ділової репутації підприємства і подальші розробки К. Роуза, який доводив, що фінансові активи впливають на репутацію підприємства» [54].

В наш час «категорія гудвілу утотожнюючись з різними назвами - «ділова репутація», «імідж», «популярність», «бренд» тощо – існує на межі багатьох наук, таких як право, менеджмент, маркетинг, економіка та бухгалтерський облік. Феномен гудвілу досліджується багатьма фахівцями різних галузей та різних країн світу, і кожен з них дає йому власне визначення, наділяє новими ознаками та складовими, збагачуючи його і без того численні грані» [42].

Ейгін Шмаленбах, один із найбільших теоретиків бухгалтерського обліку, висунув теорію, згідно з якою вирішальне значення у збільшенні вартості гудвілу має злагоджена робота колективу. Він розвинув думку П'єра Джозефа Прудона про те, що додатковий продукт виникає внаслідок координації зусиль осіб, зайнятих у єдиному виробничо-організаційному процесі. За Прудоном, кожен зайнятий у господарстві виробляє свій продукт (V_1 ; V_2 ; V_3 і т. д.), але всі разом, в результаті об'єднання зусиль, – ще й додаткову вартість M , яка є прибутком підприємства. Вартість продукту T становитиме [15]:

$$T = M + V.$$

Тому, саме Шмаленбах змінив цю теорію. На його думку, у самого відсталого підприємства додаткова вартість дорівнює нулю, у більш розвиненого підприємства, на якому успішніше працює колектив, вартість товару вище його вартості. І гудвіл G визначається за формулою:

$$G = T - V.$$

Відповідно, величина гудвіла, згідно з теорією Шмаленбаха, визначається з витрат на персонал підприємства. Це витрати:

- на організацію управління колективом;
- підвищення його кваліфікації;
- залучення талановитих креативних співробітників.

Шмаленбах вважав, що ці витрати мають бути оцінені та віднесені на витрати майбутніх періодів з подальшою амортизацією.

Отже, ще XIX ст. вперше було визначено ключову роль персоналу підприємства при оцінці гудвілу як ділової репутації.

Тому на тепер, оцінюючи досягнення науковців минулих поколінь, можемо стверджувати, що в сьогоденнішніх реаліях гудвіл залежить від комплексу заходів, що спрямовані на підвищення прибутковості підприємства, таланту та здібностей його менеджменту, кваліфікації та досвіду його працівників, рівня ділових стосунків підприємства з партнерами та конкурентами, його репутації на ринку готової продукції та послуг, постійне удосконалення бізнесу із застосуванням новітніх технологій.

Як для України поняття «гудвілу» є досить новим. Поява цього поняття пов'язана безпосередньо з розвитком ринкової економіки, зміною форм власності господарюючих суб'єктів в процесі приватизації об'єктів державної власності та їх об'єднання.

Поняття гудвілу як ділової репутації багатогране, тому для кращого розкриття даного поняття в табл. 1.2 нами наведено трактування його з різних джерел.

Таблиця 1.2. Визначення поняття «гудвіл» за джерелами

Визначення	Джерело
<i>Міжнародне законодавство</i>	
Гудвіл - актив, який втілює в собі майбутні економічні вигоди, що виникають від інших активів, придбаних під час об'єднання бізнесу, які неможливо індивідуально ідентифікувати та окремо визнати.	Міжнародний стандарт фінансової звітності (IFRS) 3 «Об'єднання бізнесу» [26]
Гудвіл - перевищення вартості покупки над придбаним інтересом у справедливій вартості ідентифікованих придбаних активів і зобов'язань	Міжнародний стандарт фінансової звітності (IFRS) 22 «Об'єднання компаній» [30]
Гудвіл - це перевищення вартості придбаної компанії над вартістю її ідентифікованих активів за вирахуванням зобов'язань. Гудвіл відображає такі фактори як задоволення споживчого попиту, хороше управління, ефективність виробництва, вдале місцерозташування та ін.	US GAAP FAS № 142 «Бухгалтерський облік гудвіла і нематеріальних активів» [65]
<i>Українське законодавство</i>	
Гудвіл - перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання.	Національний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» [34]
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	Податковий кодекс України [36]
<i>Наукова література</i>	
Гудвіл (репутація) – частина вартості підприємства, яка включає елементи, які не можна виміряти напряму, наприклад хороша репутація або лояльність клієнтів.	Кембриджский словник [63]
Гудвіл – це перевищення ринкової вартості компанії над фактичною, що виникає внаслідок сформованої її інтелектуальним капіталом ділової репутації.	Верига Ю.А., Коба О.В., Нургалієва Р.Н. [6]
Гудвіл - переваги, які отримує покупець, купуючи вже наявне й діюче підприємство.	М. Бондар [2]
Гудвіл - позитивна чи негативна різниця між вартістю придбання підприємства загалом і сукупною вартістю його чистих активів, кожен з яких на дату придбання оцінено за справедливою вартістю.	С. Сагова [45]
Гудвіл - сукупність невіддільних нематеріальних переваг підприємства, здатних приносити екстраординарний прибуток і виступати як ресурси, що використовуються у фінансово-господарській діяльності.	Г. Сінько, В. Божко [46]
Гудвіл – 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.	В. Кошевець [20]

Як очевидно з табл. 1.2, єдиного визначення поняття ділової репутації немає. Ділова репутація - це комплексна характеристика, складна як в ідентифікації, так і в оцінці. Так чи інакше, на кількісну оцінку вартості ділової репутації впливають умови, що склалися на ринку. Аналізуючи дані, виокремлюючи спільні ознаки в наведених трактуваннях, можемо виокремити основні ознаки гудвілу, зокрема:

- невіддільний від підприємства і не може бути проданий окремо;
- виникає тільки за наявності надлишкових доходів;
- виступає у вигляді активу, що не амортизується.

Також слід зауважити, що багатогранність поглядів на трактування гудвілу, дала можливість виокремити і зробити окремі фактори, зокрема:

- гудвіл як актив, що здатний приносити екстраординарний прибуток;
- гудвіл як нематеріальний актив, що відображає у вартісному вигляді ділову репутацію;
- гудвіл як актив, що не відображається в балансі.

Відповідно, гудвіл є особливим видом нематеріальних активів, який виникає під час продажу підприємства за ринковою вартістю, яка перевищує поточну вартість всіх його активів, і обумовлений дією низки важливих факторів, що не містять кількісну оцінку.

Наприклад, якщо нематеріальний актив, отриманий внаслідок об'єднання підприємств, має обмежений термін корисного використання, то визначення його справедливої вартості повинно бути об'єктивно оцінено. Це положення, викладене в міжнародних стандартах, відображає сучасний підхід МСБО до класифікації та розмежування гудвілу та нематеріальних активів.

Таким чином, відсутність повноцінного регулювання процесу оцінки нематеріальних активів, отриманих внаслідок об'єднання підприємств у НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи», є важливим недоліком національних стандартів, оскільки цей аспект обліку характеризується специфічними рисами, які визначені в МСБО 38 «Нематеріальні активи». З метою гармонізації вітчизняної та міжнародної

облікової практики пропонується розробити новий варіант НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» на основі МСФЗ 3 станом на 1 січня 2012 року, а також доповнити НП(С)БО 8 окремим розділом, що визначатиме особливості визнання та оцінки вартості нематеріальних активів, отриманих під час об'єднання підприємств, зокрема, незавершених НДДКР, на зразок МСБО 38.

Отож, оскільки чітке визначення поняття гудвілу відсутнє, необхідно провести докладне дослідження цієї категорії, розглядаючи всі пов'язані з нею аспекти, включаючи різні підходи до оцінки цього нематеріального активу. Поняття «гудвіл» охоплює різні сфери, такі як право, економіка та бухгалтерський облік, що сформувало відповідні підходи для його трактування в інтегрованому суспільстві (рис. 1.1).



Рисунок 1.1. Інтегрований понятійно-категорійний апарат гудвілу

Джерело: складено на основі [1, 6, 15, 24, 27, 30, 35, 37, 43].

У зв'язку з цим фахівці з юридичних, економічних і бухгалтерських питань використовують власні терміни і концепції. За цих умов виникають значні труднощі у повному розумінні концепції, яка має одночасно три різні аспекти застосування:

1) у бухгалтерському обліку (йдеться про визначення вартості гудвілу та його реєстрацію на бухгалтерських рахунках після бізнес-операцій для подальшого обліку);

2) в оцінці бізнесу (розглядається вартість гудвілу, оцінена професійними експертами, для визначення ринкової вартості бізнесу та можливостей отримання надприбутків після угоди купівлі-продажу);

3) у цивільно-правовій сфері (охоплює сприйняття гудвілу як бізнесу безпосередньо замовниками, клієнтами та суспільством в цілому. Тут враховуються всі елементи гудвілу, такі як місцезнаходження підприємства, особисті та професійні якості персоналу, наявність потенційних зв'язків і можливостей бізнесу, володіння виключними правами, наявність ноу-хау, секретів виробництва та інших аспектів, а також можливість використовувати ці елементи у різних цивільно-правових угодах) [15].

Необхідно відзначити, що у багатьох випадках поняття «гудвіл» сприймається як синонім «ділової репутації». Наприклад, в Податковому кодексі України вказується, що гудвіл є вартістю ділової репутації. Однак дослідження В. В. Кошевця вказує на те, що гудвіл і ділова репутація мають крім спільних аспектів також свої відмінності. Зокрема, за словами В. В. Кошевця, гудвіл та ділова репутація відрізняються за методами оцінки. Гудвіл представляє собою дисконтовану вартість очікуваних майбутніх доходів, є складовою поточної вартості компанії, і тому для його оцінки використовуються вартісні методи. З іншого боку, ділова репутація не має чіткої вартості, і для її оцінки застосовуються експертні методи. При цьому гудвіл є нематеріальним активом, що формується під час управління діловою репутацією [20].

Важливо відзначити, що гудвіл є частиною вартості підприємства, яку продавець отримує за успішне управління компанією, відмовляючись від деякої частки надприбутку на користь покупця. З цього випливає, що акціонери із контрольним пакетом акцій мають інтерес до ефективного управління

підприємством. Однак, оцінка ролі гудвілу у вартості бізнесу і його неоднозначна реалізація у відтворювальному процесі призводять до нерозуміння суті цієї категорії. Аналіз угоди купівлі-продажу бізнесу, де гудвіл визначений як елемент вартості, виявляє наявність створеного гудвілу як передумови операції. Однак фактори, що призвели до виникнення гудвілу, залишаються невизначеними.

Загалом на сьогодні виділяють два види гудвілу. На рис. 1.2 нами представлені види і структура гудвілу.

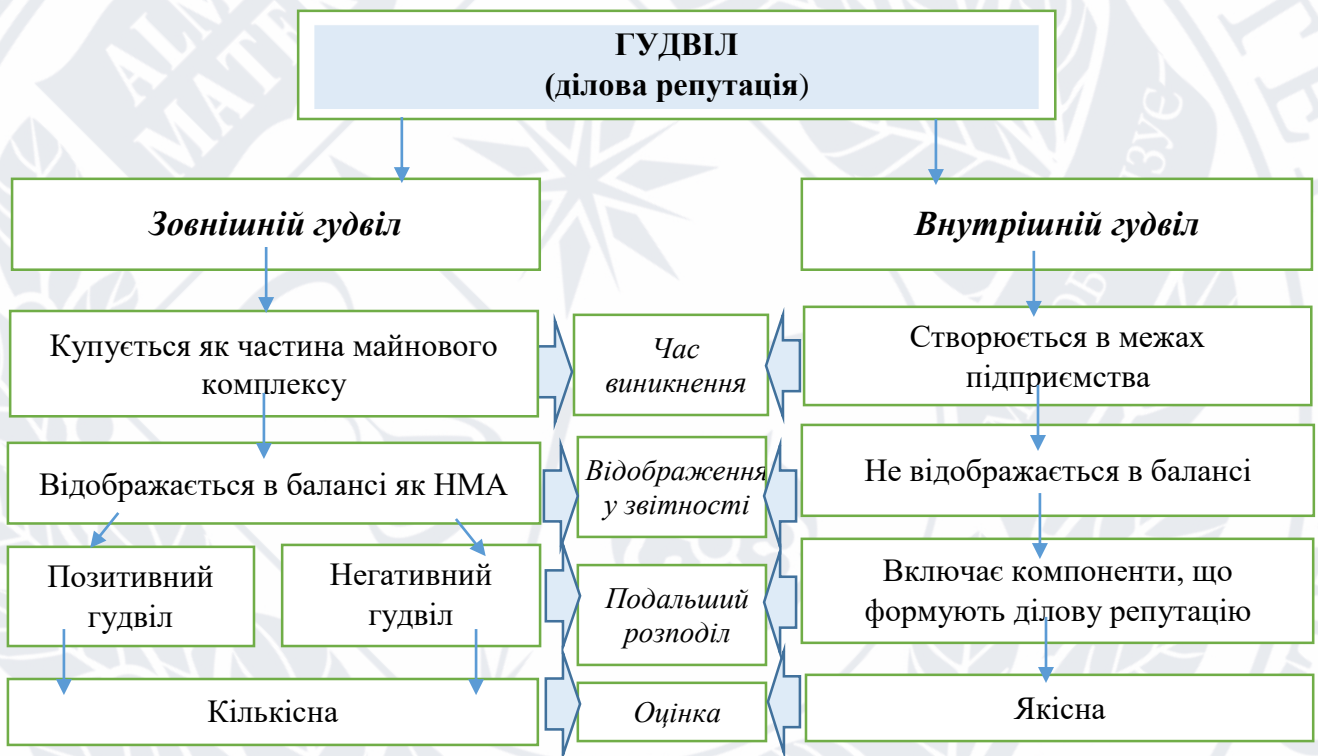


Рисунок 1.2. Структура гудвілу за видами з врахуванням факторів впливу

Означене вище показує, що загалом гудвіл має двоїтий характер. З одного боку, він може бути оцінений лише теоретично, оскільки такій оцінці піддається внутрішній гудвіл. З іншого боку гудвіл може мати і фактичну оцінку, але за умови, що об'єктом оцінки стає – зовнішній гудвіл. Якщо підприємство за період свого життєвого циклу не було придбано як єдиний майновий комплекс, то його гудвіл так і не отримає фактичної оцінки. Таким чином, двоїстість гудвілу визначається

можливістю трансформуватися з некваліфікованого в кваліфікований актив, тому формально внутрішній гудвіл не піддається кількісній оцінці.

Внутрішній гудвіл створюється в межах підприємства і потрібен, швидше, на користь власників, інвесторів та менеджерів. Відповідно до МСФЗ 38 «Нематеріальні активи» внутрішній не створений гудвіл, не дивлячись на те, що він приносить економічну вигоду в майбутньому, активом визнаватися не може, тому що не є ідентифікованим і не може бути надійно оцінений за собівартістю, отже, в балансі він також не знаходить відображення. Часто оцінка внутрішнього гудвілу має якісний характер. Формування ділової репутації – процес тривалий. Саме завдяки діловій репутації одна фірма має конкурентні переваги перед іншою. В умовах ринкової економіки, при купівлі товару людина робить вибір не тільки виходячи зі свого матеріального становища, а й під впливом нематеріальних факторів, що важко ідентифікуються, і внутрішній гудвіл в кінцевому підсумку впливає на вибір людини.

Зовнішній гудвіл відображається в балансі і виникає в результаті угод купівлі-продажу, злиття та поглинання. Оцінка його вартості має кількісний характер і пов'язана з очікуваннями ринку від угоди купівлі-продажу. Зовнішня ділова репутація поділяється на позитивну ділову репутацію (гудвіл) та негативну (бедвіл). Називають бедвіл по-різному, наприклад, у Швеції – «небажання», в Англії дослівно – «відсутність доброї волі». Зауважимо, що вітчизняні та міжнародні стандарти дають визначення позитивної та негативної ділової репутації.

Зауважимо, що існує суттєва різниця між створеним внутрішнім гудвілом і придбаним зовнішнім гудвілом не лише у походженні їх, а також у їх відтворенні. Так, внутрішній гудвіл є результатом походження колективу підприємства, отож може відтворюватися в процесі діяльності підприємства. Що ж до придбаного гудвілу, то він позбавлений такої можливості відновлення у новому середовищі, оскільки є іншорідним до підприємства, що відповідно призводить з часом до його втрати.

Таким чином, гудвіл є надзвичайно важливим активом підприємства, оскільки його успіх у сфері обслуговування більшою мірою визначається його гудвілом як діловою репутацією. Не зважаючи на те, що такі підприємства мають обмежені фінансові активи, проте в складі сильної команди менеджерів та розробленої маркетингової стратегії можуть мати швидке мобільне реагування при вирішенні питань при прийнятті ефективних управлінських рішень. Тому, насамперед, гудвіл є досягненням підприємства, на яке не витрачаються кошти. Проте він постійно змінюється під впливом різних факторів, а тому потребує постійної уваги.

1.2. Методи оцінки гудвілу

На сьогодні низку базових методів, що використовують для оцінки гудвілу, класифікують за функціональними та економічними ознаками, в контексті питань бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності, менеджменту та фінансового менеджменту.

Методи бухгалтерського обліку передбачають: врахування результатів певних подій, експертну оцінку, застосування методу додаткового прибутку, метод перевищення купівельної ціни над ринковою. Методи міжнародної фінансової звітності розроблені на застосування оцінки за фактичною вартістю з подальшим тестуванням придбаного гудвілу щодо можливих втрат знецінення. Методи менеджменту використовують інструментарій соціологічних опитувань та експертизи. Проте найбільш широким виступає інструментарій оцінювання у фінансовому менеджменті. Сюди належать і альтернативний метод, і метод оцінки вартості торгівельної марки, й показники ділової активності, і залишковий метод, і метод надлишкового прибутку, й оцінка за обсягами реалізації, й біноміальний метод, і кваліметричний метод, і статистичний, і коефіцієнт Д. Тобіна [11, 15].

Найцікавіше у всіх цих методах те, що всі вони використовують фінансові показники, які мають кількісне вираження, тенденції розвитку, певні залежності й закономірності.

Відповідно до положень МСФЗ та НП(С)БО за бухгалтерським методом оцінки гудвілу вартість гудвілу визначається як різниця між вартістю придбання підприємства та справедливою вартістю його активів (балансова вартість активів на кінець звітного періоду). Отримане позитивне значення і вважається вартісним вираженням гудвілу [26, 36]. Проте неточності у даних визначеннях привели до того, що на сучасному етапі розрізняють такі поняття як внутрішній/ внутрішньо створений та придбаний гудвіл.

Міжнародні стандарти оцінки ідентифікують дані види гудвілу як персональний і такий, що підлягає передачі. Вважається, що внутрішній (персональний) гудвіл обумовлюється такими факторами як: політика амортизації, форма оподаткування, витрати на залучення коштів, і формується у вигляді прибутку, що перевищує ринкові очікування. Придбаний гудвіл обумовлюється такими факторами як репутація бізнесу, лояльність клієнтів, характеристика продукції (послуг) та місце їх надання; які формують економічні вигоди, властиві певному окремому підприємству (компанії). Іншими словами можна ідентифікувати ці фактори, як елементи впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. За своєю сутністю, відповідно до положень ринку капіталу, що викладені А. Мертенсом [62], якщо вкладені у будь-що кошти приносять досить значний прибуток, то вони можуть вже вважатися ефективними капіталовкладеннями. У даному випадку передбачається, що загальна вартість всіх активів підприємства має формувати прибуток більший за їх розмір, а різниця між цими показниками й складатиме гудвіл, або вартість репутації його бізнесу.

При здійсненні оцінки діяльності підприємства в першу чергу варто оцінити все ж таки її існуючий та потенціальний ринок збуту, і якщо вони привабливі, то можна перейти до оцінки можливостей компанії на даному ринку та оцінки вартості

функціонування на них. Тут існує безліч економічних способів оцінки від методу SWOT-аналізу для оцінки сил, слабкостей, можливостей і загроз компанії, до методів матричного позиціонування продуктів компанії на ринку збуту з метою визначення їх конкурентних переваг. Якщо такі можливості існують і мають мінімальні ризики реалізації, то можна робити висновки про перспективність певного бізнесу. Проте, для того аби досягти очікуваного ефекту на споживчому ринку в самому внутрішньому середовищі підприємства має бути наявний так званий синергічний ефект, який і дозволить на виході отримати суму сполучення потенціалів підприємства, що буде більшою за її арифметичне значення. Якщо прийняти до уваги математичний інструментарій, то синергічний ефект досягається за рахунок наявності у підприємства високоефективних функціональних зв'язків. Інакше кажучи, це грамотне поєднання наявних управлінських технологій, кваліфікованого персоналу та засобів виробництва для формування кінцевого продукту (послуги).

Для прикладу, на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу визначення таких складових та їх оцінка можливе при здійсненні лише одного візиту до закладу, враження від якого відразу знайде відображення інформації щодо всіх вище зазначених елементів. Тим більше, що готельно-ресторанний бізнес – це сфера послуг, де саме відчуття формують певний ступінь задоволеності клієнта. На виході при оцінці можна отримати інформацію про кількість постійних клієнтів закладу за обсягами повторного бронювання місць. Якщо спостерігається плинність клієнтів, то про заклад не можна говорити, як заклад з великим ринковим потенціалом, і це може відбуватися навіть не за рахунок сервісу, але й з певної кількості інших альтернативних причин (якість продуктів, або меню, матеріал білизни або якість засобів прання тощо). У таких закладів, як правило прибуток буде наявний, але його зростання в динаміці буде лише за рахунок цінової інфляції.

Крім того, аналіз прямого середовища взаємодії підприємства при більш конкретному розгляді дозволить розглянути постійність та надійність його

постачальників, а характер поставок дасть змогу оцінити ефективність їх взаємодії. Тут же можна зробити висновки про те, наскільки охоче та активно партнери співпрацюють з підприємством. Проте, такий вплив зовнішнього середовища не можна вважати вагомим, адже зміна постачальників ресурсів інколи навіть більш доцільна для діяльності самого підприємства, інша справа – наскільки часто проходять такі зміни і на скільки якісно змінюються умови співпраці за новими контрактами. Тому від сумлінності підприємства буде залежати бажання партнера до ефективності взаємодії.

На відміну від інших активів, оцінка яких є досить стабільною і тому не може варіюватися занадто сильно, оцінка гудвілу, навпаки, дуже варіабельна. У певному сенсі гудвіл, як об'єкт купівлі-продажу, ближче до фінансових активів, вартість яких у ринкових умовах схильна до великих коливань. Причина цього лежить на поверхні – будь-який гудвіл – абсолютно унікальний об'єкт, що не має аналогів у тому сенсі, що вартість гудвілу одного підприємства ніколи не буде такою самою, як вартість гудвілу іншого підприємства, тому що кожна фірма своєрідна як за окремими параметрами, так і в сукупності.

Вибір конкретної методики визначення вартості гудвілу/ ділової репутації залежить від безлічі факторів, таких як:

- організаційна форма;
- діяльність підприємства;
- інтереси власника;
- інтереси покупця;
- доступність інформації про підприємство та ін.

Найсуттєвішими кількісними методами оцінки гудвілу/ділової репутації підприємства є наступні.

Оцінка ділової репутації з урахуванням вимог МСФЗ (IFRS) 3 «Об'єднання бізнесу» [27]. Згідно з міжнародними стандартами, процес оцінки вартості гудвілу/ділової репутації відбувається за кілька етапів.

1. Визначається сума витрат на інвестиції, яка включає не тільки суму майнового комплексу підприємства, а й витрати на супутні процесу оцінки гудвіла консультативні послуги брокерів, аудиторів, юристів тощо.

2. За підсумками обраної методики розраховується балансова вартість чистих активів.

3. Визначається різниця між балансовою вартістю чистих активів та витрат на інвестиції.

4. Визначається дооцінка балансової величини вартості активів та пасивів підприємства до ринкової вартості на поточний момент.

5. Визначиться поточна ринкова вартість чистих активів.

6. Проводиться переоцінка активів та зобов'язань до ринкової величини.

7. Різниця між балансовою вартістю чистих активів та витрат на інвестиції розподіляється на ті активи, які потребують переоцінки.

8. Сума, що залишилася після розподілу, є діловою репутацією.

9. Перевищення ціни купівлі над ринковою вартістю є активом, що враховується на балансі підприємства на дату придбання і підлягає амортизації.

10. У разі перевищення ринкової ціни над ціною купівлі, гудвіл/ділова репутація визнається негативною та приймається до обліку як витрати майбутніх періодів.

Оцінка гудвілу/ділової репутації як різниці між вартістю компанії та ринковою вартістю всіх її активів. Оцінка з використанням цього методу відбувається у два етапи.

На першому оцінюється ринкова вартість всіх активів компанії виходячи з принципу максимальної ефективності, тобто приймається припущення, що всі активи використовуються максимально ефективно. Визначаються всі активи – як матеріальні, так і нематеріальні, які можуть бути враховані на балансі.

На другому етапі відбувається оцінка майнового комплексу із застосуванням порівняльного або прибуткового методу оцінки. Якщо є аналогічний випадок

оцінки майнового комплексу, то перевагу віддають порівняльному методу. У протилежному випадку підприємство оцінюють дохідним методом, маючи на увазі, що воно в майбутньому принесе дохід.

Отже, гудвіл/ділова репутація визначається як різниця між ринковою вартістю всіх активів та вартістю майнового комплексу.

Оцінка гудвілу/ділової репутації за обсягом реалізації. В основі даного методу лежить оцінка коефіцієнтів рентабельності майнового комплексу, що купується за формулою:

$$GV = (NOI - Q_f \times R_q) / R_g,$$

де GV – ділова репутація;

NOI – чистий операційний прибуток від діяльності підприємства.

Розраховується як валовий дохід за вирахуванням операційних витрат і витрат на відшкодування (на поточний ремонт);

R_q - середньогалузевий коефіцієнт рентабельності реалізації продукції;

R_g - коефіцієнт капіталізації НМА (ставлення прибутку компанії до вартості НМА, врахованих на балансі);

Q_f - вартість реалізованої продукції.

Складність використання цього методу полягає в тому, що важко отримати об'єктивні зовнішні дані, такі як середньогалузевий коефіцієнт рентабельності реалізації продукції [27, 57].

Оцінка ділової репутації на основі вартості, доданої інтелектуальним капіталом). Основна ідея методу: додана вартість створюється капіталом підприємства, який складається:

- із фізичного капіталу: матеріальних засобів виробництва;
- фінансового капіталу: фінансово-кредитних ресурсів;
- інтелектуального капіталу: трудових ресурсів.

Додана вартість складається з оплати праці та прибутку підприємства.

Відношення доданої вартості до загальної вартості послуг є коефіцієнтом вартості,

доданим інтелектуальним капіталом. Методика є складною для її реалізації, відповідно необхідна база для аналізу та статистичний «Відгук» про достовірність її використання [57].

Оцінка гудвілу/ділової репутації з використанням технологій компаній Brand Finance та Interbrand. В основі методу лежить твердження про те, що гудвіл як ділова репутація – це бренд та розрахунок за технологіями цієї компанії відбувається у два етапи:

1. Виявляються надлишкові доходи, отримані з допомогою роботи ділової репутації.
2. Примноження на спеціальний коефіцієнт, який є комерційною таємницею компанії Brand та Finance та Interbrand.

Аналітичний метод оцінки гудвілу/ділової репутації. В основі лежить ідея, що «невловимі» елементи, за рахунок яких підприємство функціонує, майже або зовсім не оцінюються і не беруться до обліку. Мета аналітичного методу – оцінка «прихованих» інвестицій. Його плюс у тому, що він свідчить про природу виникнення гудвілу, а мінус – складність обчислення.

Метод надлишкових прибутків. Заснований на передумові про те, що надлишковий прибуток приносять підприємству не відображені у балансі НМА, що забезпечують прибутковість на активи і на власний капітал вищий за середньогалузевий рівень. В основу методу покладено концепцію податкового управління США, затверджену Міністерством фінансів у 1920 році.

Ставки доходу для активів були встановлені директивно:

- для підприємств з низьким рівнем ризику: 8 % – ставка доходу для матеріальних активів; 15% – для нематеріальних;
- для підприємств з високим рівнем ризику: 10 та 20 % відповідно.

У процесі відбору підприємств-аналогів керуються такими критеріями:

- підприємство виробляє аналогічну продукцію (роботи, послуги);
- розміщено в тій самій місцевості (області, районі);

– має аналогічні виробничі потужності.

Недолік даного методу в тому, що він неуніверсальний, тому що підприємство може отримувати чи не отримувати надлишковий дохід, але при цьому мати гудвіл.

Оцінка гудвілу/ділової репутації за допомогою показника ділової активності. Метод часто застосовується на Заході та основним показником для обчислення вартості ділової репутації є обсяг продажів, що множиться на коефіцієнт-мультиплікатор. Однак оцінювати гудвіл лише за одним показником надто ризиковано, і оцінювачу слід звертати увагу на фінансові результати загалом.

Кваліметричний метод. Метод названий так, тому що в його основі лежить кваліметрія, наука, що вивчає методи виміру якості. Суть методу полягає в тому, що оцінка якості відбувається при порівнянні оцінюваного об'єкта з аналогами, що мають найгірші та найкращі якісні показники.

Бухгалтерський метод оцінки ділової репутації. Метод полягає в тому, що гудвіл майнового комплексу приймається у бухгалтерському обліку у момент продажу як різниця між купівельною вартістю та вартістю його активів. Але в даному випадку всі «невловимі об'єкти» не ідентифікуються і не аналізуються, за рахунок яких елементів утворився гудвіл.

Розкриття розглянутих нами у цьому параграфі методів оцінки гудвілу дало можливість виокремити їх методику розрахунку, переваги та недоліки для ефективного вибору в залежності від потреб оцінювання та обставин, що узагальнено нами у табл. 1.3.

Зауважимо, що на сьогодні не існує універсального методу визначення вартості гудвілу і тому науковці, що досліджують це питання, розробили кілька методів для оцінки внутрішньо створеного гудвілу, який утотожнюють з позитивною діловою репутацією, яка посилюється за рахунок доданої вартості від інновацій, інтелектуального капіталу і розглядається як нематеріальний актив.

Таблиця 1.3 – Критичний огляд основних методів оцінки гудвілу

Назва	Методика	Переваги	Недоліки
Метод надлишкового прибутку	Розрахунок середньогалузевого прибутку на активи та порівняльний аналіз з аналогічним показником досліджуваного підприємства.	Розподіл вартості підприємства на суму матеріальних активів і гудвілу. <i>Наявність економічного ефекту від гудвіла в бізнесі.</i>	Метод не є універсальним. <i>Не завжди є можливість вірно визначити величину чистого доходу та коефіцієнта капіталізації.</i>
Метод надлишкових ресурсів	Порівняння фактичної ринкової вартості використаних ресурсів з їх номінальною вартістю.	Метод підходить для оцінки підприємств перед їх продажем.	Основа отримання прибутку складають <i>не тільки чисті активи</i> . Надлишкові ресурси формуються не тільки за рахунок власних коштів.
Метод оцінки репутації за обсягом реалізації продукції	Визначення гудвілу як різниці між чистим операційним прибутком та обсягом реалізованої продукції помноженому на коефіцієнт рентабельності.	Метод підходить для визначення <i>поточної оцінки репутації</i> підприємства.	При розрахунках <i>не враховується специфіка продукції</i> .
Методика компанії «Branch Finance» та «Interbrand»	Визначення репутації як бранда, що допомагає підприємству отримувати більше прибутку порівняно із продажем «небрендованої» продукції.	<i>Підвищення ролі бренду</i> , можливість брати участь у формуванні та корегуванні бренду працівникам підприємства.	<i>Неможливість іноді визначити абсолютну величину норми прибутковості.</i>
Кваліметричний метод	Проведення аналогії між корисністю діяльності підприємства та величиною створеного гудвілу.	Розширює <i>можливості внутрішнього потенціалу</i> підприємства.	<i>Гудвіл складається із суми відносних і абсолютних показників</i> , що не є вірним з точки зору математичних розрахунків.
Мультиплікаторний метод	Визначення прибутку, який припадає на долю корпоративної репутації підприємства.	Оцінка внутрішньої репутації підприємства. <i>Можливість прорахувати</i> як поточний, так і майбутній прибуток.	Потреба модифікації метода через <i>«однобокість» бачення корпоративної репутації</i> .
Метод соціологічних опитувань	Дізнається думка стейкхолдерів про підприємства.	Основний метод якісного підвиду, <i>дає аналітичну оцінку</i> репутації підприємства.	Метод не дає іншої оцінки репутації підприємства, крім «позитивна» чи «негативна», «краща» чи «гірша»; <i>точність оцінки залежить від обсягу вибірки</i> .
Рейтинговий метод	Складання рейтингів ділової репутації незалежними організаціями.	Незалежна експертиза. <i>Уникнення підробок</i> .	<i>Невірність підрахунків</i> при критичному стані підприємства.
Метод експертних оцінок	Формування оцінки репутації через інтерв'ю зі стейкхолдерами.	<i>Думка фахівців</i> , які займаються дослідженнями й розробками в прогнозованій галузі.	Інерційність (консервативність) поглядів експертів щодо прогнозованої поведінки об'єкта.
Статистичний метод	Використання ділової активності підприємства.	Оцінка ділової активності, виходячи тільки з обсягу продажів.	Оцінка ділової активності, виходячи <i>тільки з обсягу продажів</i> , є досить ризикованою.

Джерело: сформовано на основі [5, 15, 27, 35]

Вищезазначені методи оцінки гудвілу, головним чином, орієнтовані на інвесторів і не здатні виокремити та оцінити кожен компонент гудвілу. Це є необхідним для визначення їх наявності та визначення впливу на фінансові результати підприємства. Саме тому пропонуємо додатковий метод розрахунку гудвілу:

Гудвіл = Справедлива вартість чистих активів – Балансова вартість чистих активів + Переоцінена вартість активів + Нематеріальні активи, що не відображаються на балансі

Зауважимо, що «нематеріальні активи, що не відображаються на балансі», включають ділові зв'язки підприємства, особливості діяльності, знання, здібності та цінності персоналу.

Таким чином, важливість коректної та адекватної оцінки гудвілу (ділової репутації) є значимою. Особливо важлива її оцінка у сфері послуг та розваг, у торгівлі товарами, які не є товарами першої необхідності, де суб'єктивна оцінка споживачів є головним критерієм одержуваного прибутку, а також на підприємствах наукових розробок, маркетингових досліджень, сфери консалтингу та створення програмних продуктів, де цінність та прибутковість діяльності закладено у НМА. Однак фінансові аналітики насторожено ставляться до гудвілу через специфіку його оцінки, тому необхідна особлива обережність і розуміння всіх процесів, особливо коли йдеться про його кількісну оцінку.

1.3. Основні показники фінансово-господарської діяльності СПОЖИВЧОГО ТОВАРИСТВА «КОБЗАР»

В рамках теми кваліфікаційної роботи особливий вплив на розміри гудвілу підприємства завдають особливі властивості, що притаманні підприємству.

Зокрема, організаційно-правова форма підприємства, його розмір та сфера діяльності.

Базовим підприємством теми дослідження є СПОЖИВЧЕ ТОВАРИСТВО «КОБЗАР», що функціонує з 2003 року в сфері роздрібної торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу.

Адреса : вулиця Незалежності, буд. 68, Вінницька обл., Тульчинський район, 23614, Україна.

Організаційно-правова форма господарювання – Споживче товариство.

Повна назва – Споживче товариство «Кобзар».

Скорочена назва – СТ «Кобзар».

За період функціонування підприємства, зокрема протягом 2022 року пов'язаними сторонами були:

- Присяжнюк Алла Леонідівна, розмір внеску до статутного капіталу – 67 875,00 (46,02%);
- Присяжнюк Юрій Григорович, розмір внеску до статутного капіталу – 44 250,00 (30%);
- Присяжнюк Інна Григорівна, розмір внеску до статутного капіталу – 35 375,00 (23,98%).

Ключовий управлінський персонал підприємства:

- Директор - Присяжнюк Алла Леонідівна;
- Головний бухгалтер - Мокляк Лариса Борисівна;
- Голова Наглядової Ради - Алєєв Дмитро Анатолійович;
- член Наглядової Ради (заступник Голови Наглядової Ради) - Попов Сергій Вікторович;
- член Наглядової Ради - Мусаєв Шаміль Ісмаїлович.

СПОЖИВЧЕ ТОВАРИСТВО «КОБЗАР»:

- не є контролером/учасником небанківської фінансової групи;
- не є підприємством, що становить суспільний інтерес.

Станом на 31.12.2022 року величина зареєстрованого (пайового) капіталу згідно з даними фінансової звітності та Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань наступна:

- Зареєстрований статутний капітал -148 тис грн;
- Сплачений статутний капітал -148 тис грн.

Оцінка можливої наявності проведення операцій з пов'язаними сторонами проводиться Товариством в кожному фінансовому році за допомогою аналізу балансу відповідної пов'язаної сторони та стану ринку, на якому така сторона веде діяльність.

Винагорода, виплачена ключовому керівному персоналу, складається із заробітної плати та відрахувань на соціальне забезпечення.

Протягом звітного періоду Товариство не брало на себе істотних зобов'язань по пенсійним виплатам, оплаті вихідної допомоги або інших довгострокових зобов'язань перед ключовим управлінським персоналом, крім сплати внесків до державного пенсійного фонду у складі соціальних внесків із заробітної плати та премій.

СТ «КОБЗАР» має такі права в межах своєї діяльності:

1. Укладати від свого імені угоди купівлі-продажу, міни, дарування, будь-якого відчуження рухомого та нерухомого майна, безоплатного користування майном, інші угоди, що не суперечать законодавству України, списувати з балансу належні Підприємству будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби, інвентар та інші матеріальні цінності, користуватися банківським кредитом на договірних засадах, набувати майнових і особистих немайнових прав і нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у судах, господарських судах і третейських судах.

2. Реалізовувати свою продукцію, майно, а також надавати свої послуги за цінами, що самостійно встановлюються Підприємством на договірній основі, а у

випадках, передбачених законодавством України, за державними цінами і тарифами.

3. Брати участь у зовнішньоекономічній діяльності і здійснює експортно-імпорتنі операції, включаючи товарообмін, бартерні, посередницькі та інші операції.

4. Може створювати самостійно і разом з іншими українськими та іноземними юридичними і фізичними особами на території України і за кордоном дочірні підприємства, філії, представництва.

5. Отримувати частки (акції), активи інших господарських підприємств.

6. Вчиняти інші дії, не заборонені чинним законодавством України.

Виконання вимог Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. №996-XIV, Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО), Тлумачення КТМФЗ, інших нормативно-правових актів та галузевих практик, керуючись принципами бухгалтерського обліку та фінансової звітності передбачено в рамках затвердженого наказу про Облікову політику підприємства №14 від 31.12.2021 р. (Додаток Б).

При підготовці та поданні фінансової звітності відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) встановлено у СТ «КОБЗАР» такі засади організації бухгалтерського обліку, обрано облікову політику разом з обліковим підходом та розкриттям інформації про зміни в обліковій політиці, зміни в облікових оцінках та виправлення помилок.

I. Організація бухгалтерського обліку, складання та подання звітності.

II. Ведення бухгалтерського обліку.

III. Елементи фінансової звітності, структура, зміст, подання, класифікація статей.

Перевірка іншої фінансової інформації проводилась на підставі МСА 720 «Відповідальність аудитора щодо іншої інформації в документах, що містять

перевірену аудитором фінансову звітність». Для отримання розуміння наявності суттєвої невідповідності або викривлення фактів між іншою інформацією та перевіреною аудиторами фінансовою звітністю виконувались аудиторами запити до управлінського персоналу Товариства та аналітичні процедури. Суттєвих невідповідностей між фінансовою звітністю, що підлягала аудиту та іншою інформацією не встановлено (Додаток Б).

Для кращого розуміння та оцінювання стану діяльності досліджуваного підприємства Споживче товариство «КОБЗАР» нами проведено комплексний аналіз усіх економічних показників діяльності в умовах невизначеності 2021-2022 років. Для початку розглянемо аналіз фінансового стану підприємства, окремо проаналізуємо показники Балансу за 2021-2022 роки (Додаток А).

Результати аналізу структури балансу згідно Додатку А показав, що у 2022 році у порівнянні з 2021 роком нерозподілений прибуток за рік зріс на 1195 тис. грн., що вказує на ефективну стратегію управління підприємством. Водночас зросли і поточні зобов'язання на суму 41348 тис. грн., і з них найбільшу частку склали: поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами - 23 567 тис. грн; поточні забезпечення – 13372 тис. грн., заборгованість за розрахунками з бюджетом – 4379 тис. грн. та заборгованість по оплаті праці – 5221 тис. грн. Проте слід відмітити скорочення заборгованості у цьому періоді щодо інших поточних зобов'язань на 5756 тис. грн. та заборгованості за товари, роботи, послуги на 346 тис. грн. Стосовно оборотних активів в цілому вони зросли на підприємстві на 51164 тис. грн., більшою мірою за рахунок суттєвого збільшення грошей та їх еквівалентів на 46716 тис. грн., що є гарною тенденцією збереження фінансових активів та створює додаткові можливості для погашення зобов'язань. Також маємо не значне збільшення дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги й іншої поточної дебіторської заборгованості на 6204 тис. грн. та 6324 відповідно. Проте слід вказати на скорочення запасів підприємства на 8091 тис.

грн., що пов'язано з порушенням логістики у цьому періоді із-за воєнного стану в країні.

Наступним кроком є оцінка фінансового стану СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки за допомогою аналізу його показників (табл. 1.4).

Відповідно даних таблиці 1.4 варто зазначити, що майже усі розраховані показники знаходяться в межах нормативного значення, що є свідченням ефективного управління господарською діяльністю підприємства. Винятками є лише коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами, коефіцієнт фінансової незалежності і автономії та коефіцієнт фінансової стійкості, які несуттєво нижчі нормативних.

Таблиця 1.4. Оцінка фінансового стану СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки

Показник	2021 р., тис. грн	2022 р., тис. грн	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Нормативне значення
1. Власні обігові кошти (робочий функціонуючий капітал)	41 824	47 272	+5448	-
2. Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,314	0,256	-0,058	> 0,1
3. Маневреність власних обігових коштів	0,722	0,799	+0,077	> 0,1
4. Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0,554	0,702	+0,148	≥ 0,5
5. Коефіцієнтні покриття запасів	1,627	2,517	+0,890	> 1
6. Коефіцієнт фінансової незалежності і автономії	0,389	0,301	-0,088	> 0,5
7. Коефіцієнт фінансової залежності	2,579	3,274	+0,695	≥ 0,5
8. Коефіцієнт маневреності власного капіталу	4,580	3,834	-0,746	> 1
9. Коефіцієнт фінансової стійкості	0,457	0,377	-0,080	> 0,7
10. Коефіцієнт ліквідності швидкої	0,715	0,958	+0,243	0,5 - 2 і вище
11. Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,275	0,564	+0,289	0,1- 0,35 і вище
12. Коефіцієнт ліквідності поточної і покриття	1,648	1,509	-0,139	> 1

Так, зростання наявних обігових коштів протягом 2021-2022 років на 5448 тис. грн. доводить посилення робочого функціонуючого капіталу та його маневреності. При цьому коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами СТ «КОБЗАР» говорить про достатність власних оборотних коштів для формування запасів підприємства, оскільки суттєво перевищує нормативний показник, який склав за період дослідження 0,554 та 0,702 тис. грн. відповідно, тобто зріс на 0,148 тис. грн. Щодо покриття запасів – та сама тенденція зростання, тобто на 0,890 тис. грн. при відповідних показниках за означені роки 1,627 тис. грн. та 2,517 тис. грн. Відповідно, не значне зменшення запасів, зокрема виробничих запасів та незавершеного виробництва, забезпечило додаткове покриття їх власними обіговими коштами.

Щодо коефіцієнта фінансової залежності, він перевищує нормативний показник у п'ять-шість разів у 2021-2022 роках і при відповідних значеннях 2,579 тис. грн. та 3,274 тис. грн. зріс на 0,695 тис. грн., що означає наявність додаткових резервів підвищення ефективності за рахунок залучення позикових коштів.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу, показник якого перевищує втрое-четверо нормативний (> 1) і складає 4,580 тис. грн. та 3,834 тис. грн. (зниження на 0,746 тис. грн.), вказує на ефективність управління власним капіталом підприємства. Проте, протягом 2021-2022 років майже вдвоє занизились показники фінансової стійкості, що доводить наявність незначної частки активу, яка фінансується за рахунок стійких джерел.

Особливої уваги потребують показники ліквідності підприємства, що вказують на можливість підприємства вчасно відповідною мірою погасити свої боргові зобов'язання. Коефіцієнт швидкої ліквідності має значення за 2021-2022 роки відповідно 0,715 тис. грн. та 0,958 тис. грн., що перевищує мінімальний нормативний показник ($> 0,5$) і має тенденцію до зростання (+0,243 тис. грн.). Він вказує на те, що підприємство має можливість вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання за допомогою високоліквідних активів. Коефіцієнт

абсолютної ліквідності доводить, що підприємство має достатньо грошових коштів, щоб погасити поточні борги і має відповідні значення 0,275 тис. грн. та 0,564 тис. грн., що перевищує нормативне у два-п'ять разів та збільшення на 0,289. Щодо коефіцієнта поточної ліквідності і покриття, то маємо значення, яке показує, що на 1 грн. оборотних активів припадає 1,648 тис. грн. та 1,509 тис. грн. зобов'язань відповідно у 2021-2022 роках при незначному скороченні на 0,139 тис. грн.

Наступним етапом аналізу показників фінансово-господарської діяльності СТ «КОБЗАР» є аналіз показників фінансової стійкості за 2021-2022 роки (табл. 1.5).

Таблиця 1.5. Показники фінансової стійкості СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки

Показники	2021 р., тис. грн	2022 р., тис. грн	Абсолютне відхилення, тис. грн
1. Власний капітал	57 944	59 139	+1195
2. Необоротні активи	16 119	11 867	-4352
3. Власні оборотні кошти	41 825	47 272	+5447
4. Довгострокові зобов'язання	10 577	14 946	+4369
5. Наявність власних і довгострокових джерел покриття запасів р3 +р4	52 402	62 218	+9816
6. Короткострокові кредити та позики	-	-	-
7. Загальний розмір основних джерел покриття запасів р5+р6	52 402	62 218	+9816
8. Запаси	75 445	67 354	-8091
9. Надлишок (+) або нестача (-) власних оборотних коштів р3-р8	-33 620	-20 082	+13 538
10. Надлишок (+) або нестача (-) власних коштів і довгострокових кредитів та позик р5-р8	-23 043	-5136	+17 907
11. Надлишок (+) або нестача (-) основних джерел покриття запасів р7-р8	-23 043	-5136	+17 907
12. Тип фінансової стійкості	1	1	-
14. Надлишок (+) або нестача (-) коштів на 1 грн. запасів р11: р8, коп.	0,31	0,08	-0,23

Аналіз показників фінансової стійкості показав, що за досліджуваний період спостерігається приріст власного капіталу (+1195 тис. грн.), власних оборотних коштів (+5447 тис. грн.). Скорочення спостерігається у величині необоротних активів (-4352 тис. грн.), у величині запасів (-8091 тис. грн.).

Для визначення типу фінансової стійкості, слід проаналізувати надлишки або нестачу наступних елементів:

- 1) надлишок або нестача власних оборотних коштів: спостерігається позитивне значення (+13 538 тис. грн.);
- 2) надлишок власних коштів довгострокових кредитів та позик: спостерігається зростання (+17 907 тис. грн.);
- 3) надлишок основних джерел покриття запасів : спостерігається притік.

Отже, підприємство має абсолютну фінансову стійкість: не залежне від зовнішнього фінансування. Однак, вважаємо, що вимагає додатково уточнення, такий показник, як «чисті оборотні активи»).

Для комплексності аналізу, варто визначити резерви, що впливають на оборотність обігових коштів (у днях) СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки (табл. 1.6).

Таблиця 1.6. Показники оборотності обігових коштів СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки

Показники	2021 р.	2022 р.	Абсолютне відхилення	Позначення
1. Виручка від реалізації (Чистий дохід) тис. грн.	265 368	226 736	-38 632	В
2. Кількість днів періоду, що аналізується	360	360	0	К
3. Одноденна виручка, тис. грн.	737,13	629,82	-107,31	
4. Середній залишок обігових коштів, тис. грн.	41 825	47 272	+5447	З
5. Оборотність обігових коштів, днів	57	75	+18	О
6. Коефіцієнт оборотності обігових коштів, кількість оборотів (p1\p4)	6,35	4,80	-1,55	
7. Коефіцієнт завантаження коштів в обороті (p4\p1)	0,16	0,21	+0,05	

Дослідження впливу факторів виконаємо за формулами, що наведено нижче:

$$\text{Модель: } O = (Z * K) / B \quad (1.1)$$

$$O_{2021} = (41\,825 * 360) / 265\,368 = 56,74 = 57 \text{ днів}$$

$$O_{2022} = (47\,272 * 360) / 226\,736 = 75,06 = 75 \text{ днів}$$

$$\Delta = 18 \text{ днів}$$

де O – оборотність;

З – середній залишок обігових коштів, тис. грн.;

К – кількість днів періоду, що аналізується;

В – виручка від реалізації [44] .

Для перевірки оборотності обігових коштів СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки використаємо метод ланцюгових підстановок (табл. 1.7).

Таблиця 1.7. Аналіз оборотності обігових коштів методом ланцюгових підстановок СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки

№	З	К	В	О	Δ
0	47 272	360	226 736	57	
1	41 825	360	226 736	66	9
2	41 825	360	226 736	66	0
3	41 825	360	265 368	57	-9
Разом					0

Отже, оборотність обігових коштів за період дослідження залишилась без змін і складає 0 днів. Зростання середнього залишку призвело до приросту в оборотності на 9 днів, проте відтік чистого доходу сприяв подальшому зменшенню оборотності на -9 днів. В результаті, оборотність обігових коштів становить 0 днів, що вказує на ефективне використання фінансового потенціалу на підприємстві.

Останнім етапом аналізу показників фінансово-господарської діяльності СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки є аналіз рентабельності (табл. 1.8).

Коефіцієнти рентабельності показують, наскільки прибутковою є діяльність підприємства, оскільки чим вище коефіцієнти, тим краще буде його бізнес-активність. Тому сьогодні бізнес повинен прагнути досягти більш високих показників, а менеджмент повинен визначати свій шлях розвитку.

Отож, аналізуючи показники рентабельності на СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки (табл. 1.8), варто зазначити, що жоден із показників не має відповідного належного значення, адже у 2022 році у порівнянні з 2021 роком на підприємстві спостерігається пониження показників фінансових результатів. Зокрема, обсягів реалізації на 14,56%, валового прибутку – на 24,41%, а чистого прибутку – аж на

87,40%. Як наслідок, не зважаючи на збільшення обсягів активів підприємства, відслідковується пониження їх оборотності на 32,27%, а швидкість їх обертання – на 24,41%.

Таблиця 1.8. Розрахунок показників рентабельності на СТ «КОБЗАР» за 2021-2022 роки

Показники	2021 р.	2022 р.	Абсолютне відхилення, тис. грн.	Відносне відхилення, %
1. Чистий прибуток, тис. грн.	12 582	1 585	-10 997	-87,40
2. Обсяг реалізації, тис. грн.	265 368	226 736	-38 632	-14,56
3. Середньорічні залишки оборотних коштів, тис. грн.	41 825	47 272	5447	13,02
4. Оборотність оборотних активів $p3 \times 360 / p2$	56,74	75,05	18,31	32,27
6. Швидкість оборотності активів $p2 / p3$	6,35	4,80	-1,55	-24,41
7. Валовий прибуток, тис. грн.	146 419	102 580	-43 839	-29,94
8. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	118 949	124 156	5 207	4,38
10. Вартість майна, тис. грн.	149 435	196 347	46 912	31,39
11. Власні кошти, тис. грн.	57 944	59 139	1 195	2,06
Рентабельність підприємства:				
12. Рентабельність/ збитковість продукції, $p7 / p8$	1,23	0,83	-0,40	-32,52
13. Рентабельність усього капіталу $p2 / \text{підсумок балансу}$	1,78	1,16	-0,62	-34,83
14. Рентабельність власного капіталу $p2 / p11$	4,58	3,83	-0,75	-16,38
15. Коефіцієнт рентабельності активів	0,07	0,01	-0,06	-85,71
16. Коефіцієнт рентабельності продажу, $p1 / p7$	0,09	0,02	-0,07	-77,78

Таким чином, проведене нами дослідження показників фінансово-господарської діяльності СТ «КОБЗАР» за період 2021-2022 років, дає підстави стверджувати, що менеджмент підприємства здійснює всі можливі заходи для підтримки свого стабільного фінансового стану, створює умови для покриття своїх

потреб у матеріальних та фінансових ресурсах. Це спостерігається у ряді позитивних тенденцій показників.

Зокрема, оцінка фінансового стану вказала на зростання робочого функціонуючого капіталу та його маневреності, покриття власними коштами запасів підприємства, а також зростання коефіцієнтів швидкої та абсолютної ліквідності. Також підприємство має абсолютну фінансову стійкість, адже не залежне від зовнішнього фінансування. Щодо показників оборотності – підприємство ефективно використовує свій фінансовий потенціал, адже за розрахунками обігових коштів становить 0 днів. А аналіз показників рентабельності дає підстави констатувати пониження оборотності оборотних активів, що негативно вплинуло на обсяги діяльності підприємства та зменшило всі показники рентабельності. Комплексне оцінювання показників діяльності показало необхідність для підвищення потенціалу СТ «КОБЗАР», по-перше, здійснювати системний аналіз основних фінансових показників для своєчасного реагування на їх зміни, і по-друге, проводити постійний моніторинг внутрішніх та зовнішніх факторів впливу, що накладають свій відбиток на результати діяльності підприємства.

Висновки до розділу 1

1. Досліджено історико-понятійний апарат становлення та розвитку гудвілу, його нормативне регулювання за міжнародним і українським законодавством; розглянуто понятійно-категорійний апарат гудвілу за економічним, бухгалтерським та юридичним підходом для його трактування в інтегрованому суспільстві; складено структуру гудвілу за видами з врахуванням факторів впливу та обґрунтовано його двоїстий характер (як внутрішній та зовнішній гудвіл).

2. Розглянуто методи оцінки гудвілу, особливості їх використання, переваги та недоліки; обґрунтовано ознаки впливу на формування синергічного ефекту у внутрішньому середовищі підприємства, який досягається за рахунок наявності у підприємства високоефективних функціональних зв'язків, зокрема грамотне поєднання наявних управлінських технологій, кваліфікованого персоналу та засобів виробництва для формування кінцевого продукту (послуги); виокремлено такі складові на прикладі готельно-ресторанного бізнесу в рамках теми дослідження; проведено критичний огляд методів оцінки гудвілу, виокремлено їх переваги та недоліки; запропоновано додатковий метод розрахунку гудвілу з врахуванням «нематеріальних активів, що не відображаються на балансі».

3. Проведено оцінку основних показників діяльності СТ «Кобзар за період 2021-2022 рр., зокрема оцінку фінансового стану, показників фінансової стійкості, показників оборотності обігових коштів, показників рентабельності. Проведене нами дослідження дає підстави стверджувати, що менеджмент підприємства здійснює всі можливі заходи для підтримки свого стабільного фінансового стану, створює умови для покриття своїх потреб у матеріальних та фінансових ресурсах. Запропоновано використовувати методи системного аналізу та моніторингу для своєчасного реагування на зміни в показниках.

РОЗДІЛ 2

ОБЛІКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ГУДВІЛУ

2.1. Облік гудвіла за МСФЗ

Міжнародні стандарти фінансової звітності (IAS) розглядають гудвіл (ділову репутацію) як дві категорії:

- 1) ділова репутація, створена всередині підприємства або внутрішній гудвіл (визначається МСФЗ (IAS) 38 «Нематеріальні активи» [30]);
- 2) ділова репутація, що виникає під час об'єднання підприємств або зовнішній гудвіл (розглядається в МСФЗ (IAS) 3 «Об'єднання бізнесу» [27]).

МСФЗ (IAS) 38 «Нематеріальні активи» зобов'язує підприємства визнавати набутий чи створений власними силами нематеріальний актив, якщо:

- ймовірний приплив економічних вигод у майбутньому від застосування даного активу;
- вартість активу може бути надійно визначена.

Додаткові критерії визнання існують для нематеріальних активів, що створені власними силами. Створені силами самого підприємства гудвіл, торгові марки, бази даних клієнтів, витрати на освоєння нових методів виробництва, витрати на навчання персоналу, рекламу та переміщення працівників на нове місце роботи не включаються до нематеріальних активів підприємства [30].

Згідно МСФЗ (IAS) 3 «Об'єднання бізнесу», об'єднання бізнесу – це об'єднання окремих підприємств чи бізнесу у компанію, яка надає єдину фінансову звітність [27]. Метод покупки використовується для всіх об'єднань бізнесу.

Застосування методу об'єднання інтересів (злиття) заборонено. При використанні методу придбання необхідно здійснити такі процедури:

1. Визначити покупця.
2. Оцінити вартість об'єднання.

Вартість об'єднання є сумою справедливої вартості переданих активів, що виникли або прийняті зобов'язання та пайових інструментів, випущених покупцем, на дату обміну та будь-яких витрат, що безпосередньо пов'язані з об'єднанням бізнесу. Вартість об'єднання визначається на дату обміну. У цьому випадку гудвіл при прийнятті до обліку оцінюється як перевищення вартості об'єднання бізнесу над часткою покупця в чистій справедливій вартості активів, що ідентифікуються, зобов'язань і умовних зобов'язань підприємства, що купується [28].

Вартість нематеріального активу з обмеженим терміном корисного використання списується протягом цього терміну. Перевірка на знецінення відповідно до МСФЗ (IAS) 36 «Знецінення активів», проводиться обов'язково, за наявності ознаки перевищення балансової вартості над відновною вартістю нематеріальний актив.

За міжнародними стандартами гудвіл щорічно повинен перевірятися щодо знецінення згідно МСФЗ (IAS) 36 «Знецінення активів». Збиток від знецінення гудвілу списується на фінансовий результат. Перевірку на знецінення гудвілу проводять за такою формулою:

$$PV = FV1 / (1 + r)^n, \quad (2.1)$$

де PV - поточна вартість грошових потоків;

FV - майбутня вартість грошових потоків;

$1 / (1 + r)^n$ – коефіцієнт дисконтування;

r – процентна ставка за залученими чи розміщеними ресурсів на аналогічний термін;

n – кількість періодів.

Гудвіл та інші нематеріальні активи з невизначеним терміном корисного використання не амортизуються, але мають щорічно тестуватись на знецінення відповідно до МСФЗ (IAS) 36 «Знецінення активів». Якщо частка покупця у чистій справедливій вартості одержуваних активів, зобов'язань та умовних зобов'язань

підприємства перевищує вартість об'єднання, то сума такого перевищення (раніше відома як негативний гудвіл) відображається в складі доходів звітного періоду [28].

У випадку, коли підприємство придбає 100% іншого економічного суб'єкта в ході єдиної угоди, підприємство-покупець визнає у своїй консолідованій звітності щодо справедливої вартості на дату придбання, всі активи та зобов'язання отриманого підприємства, включаючи гудвіл.

При придбанні менше 100% підприємства, що купується, активи та зобов'язання підприємства, що купується, повинні визнаватись у звітності щодо їх повної справедливої вартості. Як правило, розглядається практика визнання тільки набутого гудвілу, в момент купівлі (на дату отримання контролю за придбаним підприємством) і потім визнання додаткового гудвілу, придбаного після об'єднання підприємств (через придбання додаткової частки власності у дочірньому підприємстві). Тому, необхідно весь гудвіл підприємства, що купується, включаючи гудвіл, розподілити на міноритарні інтереси (величина пакету акцій який не дозволяє акціонеру безпосередньо брати участь в управлінні компанією (наприклад, брати участь у раді директорів), такий пакет акцій також називається «неконтролюючим»), визнавати за його справедливою вартістю на дату покупки. Гудвіл можна визначити як різницю між справедливою вартістю придбаних чистих активів на дату придбання та чистою справедливою вартістю всіх ідентифікованих активів і зобов'язань підприємства, що купується на ту саму дату [6].

У фінансовій звітності підприємства-покупця підлягає розкриттю вся інформація, що стосується гудвіла (ділової репутації): зміна його балансової вартості, відомості про суму, що відшкодовується, і накопичені збитки від знецінення.

На нашу думку, присутність у фінансовій звітності та поясненнях до неї відомостей про величину гудвілу/ ділової репутації та методику її розрахунку підвищить аналітичну цінність такої звітності. Наприклад, у поясненнях до бухгалтерської фінансової звітності доцільно включити середньозважені показники

за звітний період: чисті активи в балансовій оцінці, чисті активи в ринковій (справедливій) оцінці та власне гудвіл (ділову репутацію) (як різницю між поточною ринковою та балансовою оцінкою чистих активів) [5, с. 201].

Взагалі, помилково вважати, що гудвіл/ ділова репутація з'являється при виключно об'єднанні підприємств. Він виникає набагато раніше – у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства, а на момент продажу відбувається його «матеріалізація» – стає можливим здійснити його оцінку [35, 37].

Гудвіл (ділова репутація) є унікальним об'єктом бухгалтерського обліку – вона не існує окремо від підприємства, це невідчужуване майно фірми. Але для більшості підприємств гудвіл є найбільш значущим активом, який допомагає отримувати й більше прибутку, ніж у середньо статистичної компанії аналогічної галузі. Іноді ділову репутацію прив'язують до ексклюзивних прав володіння торговим знаком.

Незважаючи на те, що вартість власної ділової репутації (внутрішнього гудвілу) як в українському, так і за міжнародним законодавством не відображається в балансі, оцінка вартості гудвілу є досить серйозною проблемою для вітчизняного обліку. Визначити вартість, яку готовий заплатити покупець понад вартість чистих активів підприємства, що продається, досить складно, крім того, будь-якої уніфікованої методики не існує.

Відмінні особливості гудвіла за МСФЗ та НП(С)БО нами виокремлено в табл.

2.1.

Таблиця 2.1. Відмінні особливості гудвіла за МСФЗ та НП(С)БО

Критерії відмінностей	За МСФЗ	За НП(С)БО
Визначення	Гудвіл - актив, який втілює в собі <i>майбутні економічні вигоди</i> , що виникають від інших активів, придбаних під час об'єднання бізнесу, які неможливо індивідуально ідентифікувати та окремо визнати	Гудвіл - <i>перевищення вартості</i> придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання

Продовження табл. 2.1

Критерії відмінностей	За МСФЗ	За НП(С)БО
Віднесено до складу НА	<i>Не включено до складу НА підприємства</i>	<i>Не включено до складу НА підприємства</i>
Знецінення гудвілу	<i>Оцінюється на наявність ознак можливого знецінення</i>	Відображений на балансі гудвіл надалі оцінюється на наявність ознак можливого знецінення
Нарахування амортизації	Визнається неамортизованим активом	З гудвілу амортизація не нараховується. Відображена в бухгалтерському обліку сума накопиченої амортизації гудвілу списується зі зменшенням його первісної вартості
Облік від'ємного гудвілу	Від'ємний гудвіл відображається в «Звіті про прибутки та збитки, й перевіряється щорічно на знецінення»	Вартість негативного гудвілу списується з одночасним коригуванням нерозподіленого прибутку

Отож, на нашу думку, присутність у фінансовій звітності та поясненнях до неї відомостей про величину ділової репутації та методику її розрахунку підвищить аналітичну цінність такої звітності. Наприклад, у поясненнях до бухгалтерської фінансової звітності доцільно включити середньозважені показники за звітний період: чисті активи у балансовій оцінці, чисті активи в ринковій (справедливій) оцінці та власне ділову репутацію (як різницю між поточною ринковою та балансовою оцінкою чистих активів).

Таким чином, будь-яке успішно діюче підприємство повинне генерувати позитивну репутацію. Інакше вона може стати об'єктом поглинання з метою розпродажу її активів за частинами, оскільки негативна ділова репутація означає, що сумарна ринкова оцінка чистих активів перевищує ціну, якою оцінює компанію ринок, тобто вигідно підприємство купити з наміром, наприклад, наступної його ліквідації та розпродажу активів. У зв'язку з цим актуальним стає питання моніторингу величини ділової репутації на будь-якій стадії функціонування

компанії, а не лише за її купівлі-продажу, та відображення її величини у фінансовій звітності підприємства з метою підвищення інформаційної цінності останньої. Така оцінка має дозволяти визначити синергетичний ефект, що генерується підприємством, який відображає якість роботи системи (підприємства) в цілому, тобто ефективність використання її елементів, і є наслідком взаємодії великої числа факторів, що носять первинно як економічний, так і інший характер. Синергетичний ефект проявляється як досягнення ринкових та внутрішньоорганізаційних переваг перед конкурентами, що виявляються у більш ефективному використанні власних ресурсів, а також можливості залучати більшу кількість позичених ресурсів, що в кінцевому рахунку виражається у збільшенні вартості підприємства. Іншими словами, гудвіл/ ділова репутація підприємства може бути вартісною оцінкою якості системної організації або синергетичного ефекту підприємства.

2.2. Методологія розкриття інформації про внутрішній гудвіл підприємства у фінансовій звітності

Нагадаємо, що сучасні стандарти фінансової звітності розглядають гудвіл як перевищення вартості компанії при купівлі над справедливою вартістю її чистих активів [27, 30, 35]. Проте подібна переплата найчастіше виникає через більш ефективне функціонування цієї компанії, у порівнянні з іншими компаніями, що мають схожу вартість чистих активів і проводять діяльність на тому ж ринку. Компанія до моменту покупки володіє так званим внутрішньо створеним гудвілом, що дозволяє їй отримувати прибутки, які вищі за середньогалузеві.

Зауважимо, що більшість сучасних вчених в свої працях, зокрема М. Блума та К. Гарсія [55, 57], досить скептично ставляться до можливості відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності. Чинними міжнародними та національними стандартами фінансової звітності також відкидається можливість розкриття інформації про величину внутрішнього гудвілу у фінансовій звітності

підприємства до моменту здійснення інтеграційної угоди. Проте, як на нашу думку, стандарти можуть служити чудовим інструментарієм, що дозволяє здійснювати подібні розкриття. У зв'язку з цим простежується необхідність удосконалення існуючої методології розкриття інформації про внутрішньо створений гудвіл у фінансовій звітності.

За цих умов особливої уваги заслуговує одна із перших праць початку ХХ-го століття за даною тематикою професора Каліфорнійського університету Г.Р. Хетфілда «Сучасний бухгалтерський облік : принципи та деякі проблеми» (1909 р.). В цьому виданні автор надав визначення гудвілу як «...типова форма нематеріального активу, що представляє собою вартість ділових зв'язків, оцінку вірогідності того, що теперішні клієнти будуть продовжувати купувати, не зважаючи на заохочення зі сторони конкурентів» [56]. До того ж Хетфілд вважав, що відсутність об'єктивності щодо оцінки своїх бізнес-активів...може бути способом досягнення будь-чого ще у комерційній угоді». Тому він наполягав на тому, що «із-за невизначеності природи та складності об'єктивної оцінки гудвіл не повинен відображатися у фінансовій звітності, за виключенням ситуації, коли його придбали разом з компанією» [56]. Тобто, вчений розділив гудвіл на придбаний та внутрішньо створений.

Думку щодо розділення внутрішнього створеного та придбаного гудвілу підтримав інший науковець П.Д. Лік [61] у своїй праці «Комерційний гудвіл: історія, оцінка та відображення на бухгалтерських рахунках». Він особливо зазначав, що в фінансовій звітності повинен визнаватися лише придбаний гудвіл, що є лише малою частиною гудвілу взагалі».

Однак, незважаючи на те, що більшість учених у на початку ХХ ст. вважало неприйнятним відображення у фінансовій звітності внутрішньо створеного гудвілу, у США визнання внутрішньо створеного гудвілу у балансі компаній було звичайною практикою. При цьому не існувало загальноприйнятих правил оцінки такого активу, що часто призводило до маніпулювання величиною гудвілу для

отримання потрібної власникам або менеджменту компанії вартості активів. У книзі У.Р. Басета «Бухгалтерський облік як помічник у отриманні прибутку від ведення бізнесу» (Accounting as an Aid to Business Profit), виданої 1918 р., наводиться наступний приклад: «Буквально днями величезна корпорація додала 2 млн доларів у свою звітність під виглядом гудвіла, і більшість консервативних банкірів і інвесторів погодилися, що новий актив повністю коштує цієї суми» [53]. Не дивно, що почалася в 1929 р. Велика депресія виявила відсутність зв'язку між балансовою вартістю активів та ринковою вартістю американських компаній.

Відповідно, маючи досвід наслідків Великої депресії, вчені змінили свій погляд на облік внутрішнього гудвіла. Зокрема, Дж.Т. Уокер в своїй праці «Непридбаний гудвіл» сформулював нову доктрину розкриття інформації про внутрішньо створений гудвіл у бухгалтерському обліку: «Бухгалтери майже без винятку згодні з тим, що гудвіл не повинен визнаватися на рахунках доти, доки поглинання фактично не буде здійснено. Вони також повністю усвідомлюють, що гудвіл, створений підприємством, так само цінний, а в багатьох випадках більш цінний для нього, ніж для фірми, що збирається придбати цей гудвіл» [63]. Дж. Уокер означив низку причин, що перешкоджають визнанню внутрішньо створеного гудвілу в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності:

- невизначеність природи внутрішньо створеного гудвілу та складність перевірки правильності його оцінки;
- розпорошення капіталу, що здійснювалося перед Великою депресією, і що призвело до вельми вільної оцінки гудвілу на балансах багатьох підприємств;
- неможливість відображення в обліку активу, вартість якого впливає зі специфічних якостей власника або менеджерів бізнесу, оскільки це призводить до конфлікту інтересів власника як власника бізнесу та власника як покупця власних якостей;
- ігнорування оцінки внутрішньо створеного гудвіла покупцями бізнесу, які планують створити у цьому бізнесі свій гудвіл;

– більш логічне відображення внутрішньо створеного гудвілу, що виражається в надприбутках компанії, як доход у звіті про прибутки і збитки, ніж як актив у балансі [63].

Все вищерозглянуте стало підставою для розробки і прийняття у професійний світ бухгалтерів праці «Принципи бухгалтерського обліку» авторського колективу науковців-фундаторів з бухгалтерського обліку першої половини ХХ століття у США, а саме, Т.Г. Сандерса (професора Гарвардського університету), Г.Р. Хетфилда (професора Каліфорнійського університету) та А. Мура (професора Єльського університету). Дана робота була написана на замовлення аудиторської компанії Haskins and Sells з метою «...формулювання кодексу принципів бухгалтерського обліку, який буде корисним для пояснення та вдосконалення корпоративного бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що надається користувачам» [56].

Зауважимо, щодо відображення в обліку внутрішньо створеного гудвілу, в означеній праці заявлялося наступне: «Загальноприйнято, що вартість гудвілу відображається у бухгалтерському обліку тільки тоді, коли цей гудвіл було придбано. Отже, гудвіл не повинен відображатися в бухгалтерському обліку фірми, що створює його» [59]. Зазначена позиція пізніше була закріплена в більшості бухгалтерських стандартів, що регламентують відображення гудвіла в бухгалтерському обліку та розкриття інформації про нього у фінансовій звітності компаній. До цього дня вона залишається незмінною.

Аналіз сучасних підходів національних стандартів фінансової звітності країн до визнання внутрішньо створеного гудвілу згідно табл. 2.2 дозволяє зробити висновок про принципово однакові підходи до відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності: гудвіл у фінансовій звітності не визнається в жодній із досліджених країн. Причини цього або не розкриваються, або вказуються ті самі (вони ж встановлені в п. 49–50 МСФЗ (IAS) 38 «Нематеріальні активи»).

Таблиця 2.2. Нормативне регулювання відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності країн відповідно до національних стандартів фінансової звітності

Країна	Нормативно-правовий акт	Порядок визнання внутрішнього гудвілу в ФЗ
Австралія	Компільований стандарт бухгалтерського обліку AASB 138 «Нематеріальні активи» (Compiled AASB Standard 138 Intangible Assets), п. 48-50	Внутрішньо створений гудвіл не визнається як актив, оскільки не є ідентифікованим ресурсом, що контролюється компанією (оскільки невіддільний від компанії і не виникає з договірних або інших юридичних прав), який може бути надійно оцінений за собівартістю. Різниця між справедливою вартістю компанії та балансовою вартістю її чистих активів, що ідентифікуються, на звітну дату може скластися під впливом низки факторів, проте ця різниця не є вартістю нематеріальних активів, що контролюються компанією.
Великобританія	Стандарт фінансової звітності FRS 10 «Гудвіл та нематеріальні активи» (Financial Reporting Standard FRS 10 Goodwill and Intangible Assets), п. 4, 8, 41	Внутрішньо створений гудвіл не капіталізується. Капіталізація будь-яких нематеріальних активів, створених компанією, дозволяється лише у випадках, коли ці активи мають визначувану ринкову вартість, що легко визнається. Переоцінка придбаного гудвілу прирівнюється до відображення внутрішньо створеного, тому також заборонено. При цьому придбаний гудвіл по якому було визнано збиток від його знецінення (з відповідним зменшенням його балансової оцінки), може бути дооцінений до своєї первісної вартості. Таке збільшення, як правило, пов'язане з виникненням внутрішньо створеного гудвілу, і не розглядається як відновлення збитку від знецінення.
Ірландія	Аналогічно Великобританії	Аналогічно Великобританії
Німеччина	Торговий кодекс Німеччини (Handelsgesetzbuch), п. 248 (2)	Внутрішньо створений нематеріальний актив (у тому числі гудвіл) може бути визнаний, тільки якщо він може бути реалізований окремо від компанії третій стороні. Якщо ж це неможливо, такі активи є внутрішньо створеним гудвілом і не визнаються у фінансовій звітності.
Канада	Канадські загальноприйняті правила бухгалтерського обліку: Довідник Канадського інституту дипломованих бухгалтерів, розділ 3064 «Гудвіл та нематеріальні активи» (Canadian Generally Accepted Accounting Principles: Institute of Canadian of Chartered Accountants (CICA) Handbook, Section 3064 Goodwill and Intangible Assets)	Гудвіл визнається у фінансовій звітності, тільки якщо він виник у результаті придбання бізнесу. Внутрішньо створений гудвіл на вибір власників або враховується в якості витрат, або використовується в подальшому для отримання.

Продовження табл. 2.2

Країна	Нормативно-правовий акт	Порядок визнання внутрішнього гудвілу в ФЗ
США	Заява про стандарти фінансового обліку США FAS № 142 «Ділова репутація та інші нематеріальні активи» (Statement of Financial Accounting Standards FAS № 142 Goodwill and Other Intangible Assets), п. B84-B85	Грошові потоки, пов'язані з придбаним гудвілом, часто змішуються з грошовими потоками, пов'язаними з внутрішньо не створеним гудвілом. Придбаний гудвіл з часом заміщається внутрішньо створеним за умови, що компанія може підтримувати загальну вартість гудвілу (наприклад, витрачаючи ресурси на рекламу та обслуговування клієнтів). При цьому існуюча модель обліку не дозволяє визнання внутрішньо створеного гудвілу.
Україна	Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи"), п. 9	Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони було здійснено: «...витрати підвищення ділової репутації підприємства...»
Швеція	Рада зі звітності 15 «Нематеріальні активи» (Redovisningsrådet 15 Immateriella tillgångar), п. 36-38	Внутрішньо створена вартість гудвілу, бренду та інших подібних активів не визнається у бухгалтерському балансі, оскільки вона не є ідентифікованим ресурсом, контрольованим компанією, і не може бути надійно оцінена

Основними висновками згідно табл. 2.2 є:

- 1) У деяких випадках витрати здійснюються в цілях створення майбутніх економічних вигод, однак вони не призводять до створення нематеріального активу, що задовольняє критеріям визнання, встановленим цим стандартом. Такі витрати часто називаються витратами, що сприяють формуванню внутрішнього гудвілу. Внутрішньо створений гудвіл не підлягає визнанню як актив, оскільки неідентифікований ресурс (тобто не тим, що відокремлюється і не виникає з договірних або інших юридичних прав), який не контролюється підприємством і не може бути надійно оцінений за собівартістю.
- 2) Відмінність між справедливою вартістю підприємства та балансовою вартістю його ідентифікованих чистих активів у будь-який час можна порівняти з низкою факторів, напливають на справедливую вартість підприємства. Однак такі

відмінності не становлять собою собівартість нематеріальних активів, що контролюються підприємством.

Таким чином, можна констатувати, що в даний час у провідних світових державах внутрішньо створений гудвіл у фінансовій звітності компаній не визнається. З великою ймовірністю не визнається він і в інших менш розвинених державах (їх національні бухгалтерські стандарти, як правило, написані на основі МСФЗ).

Незважаючи на уявну неможливість відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності, чинні стандарти, на наш погляд містять інструментарій для розкриття інформації про неї. Як було показано автором у роботі [13], внутрішньо створений гудвіл як за своєю економічною сутністю, так і за формальними ознаками є умовним активом.

Слід підкреслити, що МСФЗ (IAS) 37 «Резерви, умовні зобов'язання та умовні активи» визначає умовний актив як можливий актив, який виникає в результаті минулих подій та існування якого буде підтверджено тільки з настанням або ненастанням однієї чи більш невизначених майбутніх подій, які не знаходяться під повним контролем компанії».

Відповідно, поява на підприємстві нематеріального активу (гудвіла у розумінні бухгалтерських стандартів) відбувається в результаті минулих подій (діяльності компанії за минулі звітні періоди) і залежить від настання або ненастання події продажу підприємства, яка повністю компанією не контролюється (компанія, наприклад, може стати об'єктом недружнього поглинання, на яке сама вплинути не в силах). Згідно п. 32 МСФЗ (IAS) 37 «Резерви, умовні зобов'язання та умовні активи» умовні активи саме зазвичай і виникають із позапланових та інших не очікуваних подій, які створюють можливість припливу економічних вигод на підприємство [29].

Згідно п. 35 МСФЗ (IAS) 37 оцінка умовних активів має постійно переглядатися для того, щоб забезпечити належне відображення змін, що відбулися

у фінансовій звітності. Якщо приплив економічних вигод стає практично безперечним, даний актив і відповідний дохід визнаються у фінансовій звітності за той період, в якому сталася дана зміна. Якщо приплив економічних вигод став ймовірним, підприємство розкриває у фінансовій звітності умовний актив. При цьому наводиться короткий опис характеру умовних активів на кінець звітного періоду та, якщо це практично здійснено, розрахункова оцінка їх впливу на фінансові показники (п. 89 МСФЗ (IAS) 37) [29].

Зауважимо, що на сьогодні окремої статті звітності для умовних активів не передбачено ні вітчизняними, ні міжнародними стандартами. Відповідно така інформація повинна розкриватися в пояснювальній записці до фінансової звітності. Розрахункова оцінка такого умовного активу, на думку автора, могла б проводитися із застосуванням доходного підходу до оцінки бізнесу, тобто шляхом визначення дисконтованого грошового потоку, що генерується компанією, та відрахування з цієї суми вартості чистих активів підприємства. Розробка конкретної методики оцінки умовного активу є предметом професійного судження і має розкриватися у пояснювальній записці до річного звіту.

Отже, користувач фінансової звітності інформацію про внутрішньо створений гудвіл або не отримує взагалі, або може отримати, але в рамках додаткової інформації до фінансової звітності з ініціативи керівництва, поза сферою регулювання облікових принципів та правил.

Таким чином, підхід до оцінки внутрішньо створеного гудвілу, який був розглянутий нами в даному параграфі, полягає у визначенні дисконтованого грошового потоку, що генерується підприємством, та віднімання з цієї суми вартості чистих активів підприємства. Однак у рамках існуючого правового поля бачимо за можливе відобразити таку оцінку лише в записці пояснення до фінансової звітності як умовний актив, оскільки існування на підприємстві активу (гудвіла) виникає в результаті минулих подій (діяльності підприємства за минулі звітні періоди) і залежить від настання або ненастання події продажу підприємства,

яка повністю компанією не контролюється і компанія ризикує стати об'єктом недружнього поглинання, на яке вплинути не в змозі.

2.3. Бухгалтерський метод оцінки гудвілу підприємства

Відзначимо, що з погляду бухгалтерського обліку, облік гудвілу регулюється НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [35], а з погляду податку на прибуток – Податковим кодексом України (ПКУ) [37]. Угоди купівлі-продажу регулюються Цивільним кодексом України (ЦКУ), у якому розкрито правові основи здійснення цих угод.

При здійсненні угоди купівлі-продажу підприємства як майнового комплексу, продавець передає все майно та зобов'язання, за винятком тих, які він не може передати.

Перед передачею підприємства сторонам необхідно підготувати та розглянути ряд документів, а саме:

- бухгалтерську звітність (Додаток А);
- аудиторський висновок (Додаток Г);
- акт повної інвентаризації підприємства;
- перелік дебіторів та кредиторів із зазначенням суми боргу та строку його погашення.

Передача майнового комплексу від продавця до покупця здійснюється за актом передачі, в якому обов'язково вказуються виявлені недоліки підприємства, а також те, що всі кредитори знають про продаж.

Реалізація підприємства як майнового комплексу оподатковується ПДВ (пп. 3.1.1 п. 3.1 Закону України «Про податок на додану вартість» №168/97-ВР). Податкова база визначається продавцем окремо по кожному з видів активів підприємства у порядку, встановленому цим Законом [41]. На реалізацію

виставляється зведена рахунок-фактура, у якій за пунктами виділено кожен рядок активів. Податок на додану вартість може бути пред'явлено до відшкодування.

У бухгалтерському обліку всі витрати, пов'язані з купівлею майнового комплексу, обліковуються на рахунку 15 «Капітальні інвестиції» у кореспонденції з рахунком 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками» у сумі, що підлягає сплаті продавцю. Після державної реєстрації права власності на підприємство балансова вартість від ділових видів майна, включених до майнового комплексу, списується з рахунку 15 у дебет рахунків, призначених для обліку активів та зобов'язань (Д-т 10 «Основні засоби», 12 «Нематеріальні активи», 26 «Готова продукція», 28 «Товари», 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» і т. ін. К-т 15 «Капітальні інвестиції»).

Надбавка до ціни підприємства, що сплачується покупцем в очікуванні майбутніх економічних вигод, є позитивним гудвілом/ діловою репутацією і обліковується на рахунку 12 «Нематеріальні активи» як самостійний інвентарний об'єкт. Вона амортизується протягом 20 років (240 міс.) лінійним способом і списується у витрати підприємства за звичайними видами діяльності. Для нарахування амортизації нематеріальних активів передбачено рахунок 133 «Амортизація нематеріальних активів», який кореспондує з рахунками витрат 23 «Виробництво», 93 «Витрати на збут».

Для наочності проілюструємо застосування балансового бухгалтерського методу оцінки гудвілу в обліку на підприємстві. Метод полягає в тому, що гудвіл майнового комплексу приймається у бухгалтерському обліку у момент продажу як різниця між покупною вартістю та вартістю його активів. Але в даному випадку всі «невловимі об'єкти» не ідентифікуються і не аналізується, за рахунок яких елементів утворився гудвіл.

Наприклад, СТ «Кобзар», в грудні 2021 року, в процесі злиття, заплатило ТОВ «Трембіта» 258 000 тис. грн. Прямі витрати на придбання ТОВ «Трембіта» склали 15 340 тис. грн.

Балансова вартість активів ТОВ «Трембіта» на момент придбання нами представлена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3. Вартість активів і пасивів ТОВ «Трембіта» на грудень 2021 року (тис. грн.)

Актив		Пасив	
Найменування	Вартість	Найменування	Вартість
<i>Нематеріальні активи</i>			
в тому числі:	59 234	Зареєстрований капітал	50 000
Ліцензії на програмне забезпечення	14 560	Додатковий капітал	15 870
Товарний знак	15 768	Резервний капітал	9 210
Патенти на винаходи	28 906	Нерозподілений прибуток	31 250
<i>Основні засоби</i>	85 620	<i>Разом власний капітал</i>	106 330
в тому числі:			
Земельні ділянки	8 203		
Будинки та споруди	32 897	Короткострокові зобов'язання	37 800
Машини та обладнання	44 520	Кредиторська заборгованість	45 870
<i>Разом необоротний капітал</i>	144 854		
Виробничі запаси	18 400	<i>Разом позичковий капітал</i>	83 670
Дебіторська заборгованість	20 780		
Інші оборотні активи	5 966		
<i>Разом оборотні активи</i>	45 146		
Разом	190 000	Разом	190 000

Процес оцінки гудвіла/ ділової репутації розділимо на три основні етапи.

1 етап. Визначення скоригованої ціни придбаного підприємства.

Скориговану ціну отримаємо шляхом складання суми, що сплачено продавцю, а також затрат на купівлю.

$$\text{Цск} = 258\,000 + 15\,340 = 273\,340 \text{ тис. грн.}$$

2 етап. Визначення ринкової вартості фінансових і матеріальних активів на момент придбання.

Зауважимо, що як правило, балансова вартість активів і зобов'язань не відповідає їх ринковій вартості. Тому на момент придбання майнового комплексу в компанії ТОВ «Трембіта» провели переоцінку активів і пасивів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4. Ринкова вартість активів і пасивів ТОВ «Трембіта» на грудень 2021 року (тис. грн.)

Найменування	Вартість
Товарний знак	45 802
Програмне забезпечення	38 680
Земельні ділянки	23 545
Машини та обладнання	31 400
Дебіторська заборгованість	17 390
Кредиторська заборгованість	43 548
Поточні зобов'язання	29 675

Розрахунки ринкової вартості активів та пасивів ТОВ «Трембіта», за умови, що останні терміни балансу відповідають дійсності, наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5. Вартість активів і пасивів ТОВ «Трембіта» на грудень 2021 року (тис. грн.)

Актив		Пасив	
Найменування	Вартість	Найменування	Вартість
<i>Нематеріальні активи</i>			
в тому числі:		Зареєстрований капітал	50 000
Ліцензії на програмне забезпечення	38 680	Додатковий капітал	15 870
Товарний знак	45 802	Резервний капітал	9 210
Патенти на винаходи	28 906	Нерозподілений прибуток	31 250
<i>Основні засоби</i>		<i>Разом власний капітал</i>	
в тому числі:			
Земельні ділянки	23 545		
Будинки та споруди	32 897	Короткострокові зобов'язання	29 675
Машини та обладнання	31 400	Кредиторська заборгованість	43 548
<i>Разом необоротний капітал</i>		<i>Разом позичковий капітал</i>	
Виробничі запаси	18 400		73 223
Дебіторська заборгованість	17 390		
Інші оборотні активи	5 966		
<i>Разом оборотні активи</i>			
<i>Разом</i>		<i>Разом</i>	
	242 968		179 553

3 етап. Визначення вартості гудвілу, який розраховується як різниця між скоригованою ціною придбання та ринковою вартістю підприємства/справедливою вартістю його активів/балансовою вартістю на кінець звітної періоду (табл. 2.6). Отримане позитивне значення і буде складати вартісне вираження гудвілу.

Таким чином, отримана вартість гудвілу ТОВ «Трембіта», що придбало СТ «Кобзар», склала 209 907 тис. грн.

Таблиця 2.6. Розрахунок вартості гудвілу на грудень 2021 р. (тис. грн).

Найменування	Вартість
Скоригована ціна продажу, Цск	273 340
Ринкова вартість активів, Ар	242 986
Ринкова вартість зобов'язань, Зр	179 553
Вартість гудвілу, Вг (Вг = Цск – (Ар - Зр))	209 907

Алгоритм відображення в СТ «Кобзар» у бухгалтерському обліку гудвілу в результаті злиття з ТОВ «Трембіта», розрахований за бухгалтерським методом визначення вартості гудвілу (табл. 2.7).

Таблиця 2.7. Облік придбання підприємства як майнового комплексу (тис. грн.)

Зміст операції	Первинний документ	Сума	Кореспонденція рахунків	
			Д-т	К-т
Відображено заборгованість перед покупцем у розмірі купівельної ціни (без ПДВ)	-Договір купівлі-продажу -Свідоцтво про реєстрацію права власності	258 000	15	63, 68
Відображено витрати, пов'язані з придбанням підприємства	-Договір надання послуг -Акт здачі-приймки виконаних робіт	15 340	15	63, 37, 68
Відображено суму ПДВ	-Рахунок-фактура (зведений)	39 560	643	63, 68
Перерахована продавцю вартість підприємства	-Виписка банку	258 000	63, 68	31
Оприбутковано у обліку майно, що входить до складу придбаного підприємства	-Акт прийому-передачі підприємства	113 388	10, 12, 20, 36, 37	15
	-Інвентаризаційний опис активів	87 842		
	-Прибуткові ордери	18 400		
		17 390		
	5 966			
Прийнято до вирахування суму ПДВ	-Рахунок-фактура (зведений)	39 560	643	641
Враховано позитивний гудвіл	-Бухгалтерська довідка-розрахунок	209 907	191	68
<i>Щомісячна амортизація</i>				
Нараховано амортизацію по позитивному гудвілу	-Бухгалтерська довідка-розрахунок	209 907/240= 874,61	23, 91, 92 93	133

Зауважимо, що відповідно до вимог ПКУ, підприємствами після придбання і підтвердження вартості гудвілу, він не амортизується і, відповідно, сума його амортизації не підлягає списанню на витрати як інші нематеріальні активи.

До сьогодні залишається дискусійним серед вітчизняних та зарубіжних фахівців питання необхідності та доцільності нарахування амортизації на гудвіл та розглядаються різні підходи та варіанти його визнання в бухгалтерському обліку підприємства (рис. 2.5).

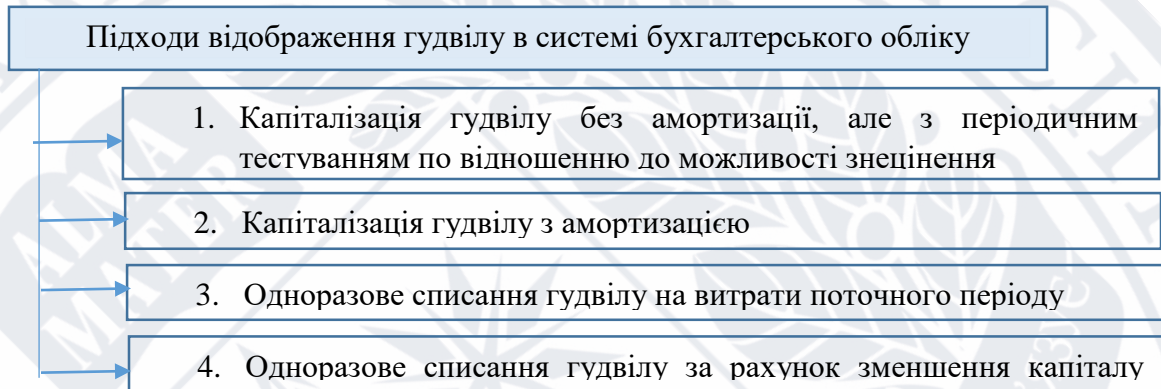


Рисунок 2.5. Підходи до відображення гудвілу в бухгалтерському обліку, визначених МСФЗ та НП(С)БО

Джерело: складено на основі [26, 36].

Так, згідно першого підходу, гудвіл утотожнюється з інвестицією, яка не зменшує, а збільшує свою вартість у майбутньому. Відповідно відбувається капіталізація гудвілу, а не амортизація. Щодо другого підходу – його прихильники використовують принцип співвідношення доходів і витрат як результатів капіталізації і амортизації гудвілу. За третім підходом вбачають гудвіл як витрати поточного періоду, який підлягає негайному списанню. І за четвертим, який схожий до третього, оскільки гудвіл, на думку фахівців, є фактором зменшення вартості власного капіталу, що вказує на його списання за рахунок додаткового капіталу. Отож зауважимо, що на сьогодні в Україні серед підприємств найбільш розповсюдженими є перший і четвертий підходи, які кардинально різняться між собою.

Для поліпшення обліку нематеріальних активів, пропонується модифікувати План рахунків, дозволяючи відображати їх на рахунках бухгалтерського обліку. Запропоновані зміни включають перейменування рахунку 19 «Гудвіл» на «Гудвіл

та його складові» і розширення його аналітичного розділу. Зокрема, рахунок 194 «Елементи гудвілу» розділено на аналітичні рахунки: 194.1 «Ділові зв'язки підприємства», 194.2 «Особливості діяльності підприємства» та 194.3 «Знання, здібності та цінності персоналу». Ці рахунки пропонується кореспондувати з рахунком 42 «Додатковий капітал». Впровадження цих аналітичних рахунків дозволить деталізувати інформацію про важливі елементи гудвілу, що раніше не відображались у бухгалтерському обліку.

Таким чином, ділова репутація – це цілісне уявлення про компанію як про суб'єкт, який здійснює певний вид діяльності, що складається зі сприйняття та оцінки цієї діяльності різними групами протягом усього життєвого циклу підприємства. Формування позитивної ділової репутації – запорука конкурентоспроможності та тривалого динамічного розвитку. Ділова репутація стає необхідною зброєю для зміцнення своїх позицій на ринку праці та фінансовому ринку. Висока оцінка (як кількісна, так і якісна) гудвілу полегшує доступ до різних ресурсів (кредитних, матеріальних, фінансових, трудових і т. д.), а також забезпечує захист у зовнішньому середовищі.

Важливість коректної та адекватної оцінки ділової репутації є значною. Особливо важлива її оцінка у сфері послуг та розваг, у торгівлі товарами, які не є товарами першої необхідності, де суб'єктивна оцінка споживачів є головним критерієм одержуваного прибутку, а також на підприємствах наукових розробок, маркетингових досліджень, сфери консалтингу та створення програмних продуктів. діяльності закладено у НМА. Однак фінансові аналітики насторожено ставляться до гудвіла через специфіку його оцінки, тому необхідна особлива обережність і розуміння всіх процесів, особливо коли йдеться про його кількісну оцінку.

Висновки до розділу 2

1. Розглянуто методику обліку гудвілу за МСФЗ; розглянуто процедури обліку при використанні методу придбання; вивчено послідовність розрахунку при

перевірці на знецінення гудвілу; наводяться відмінні ознаки гудвіла за МСФЗ та НП(С)БО за відповідними критеріями зокрема, віднесення до складу нематеріальних активів, знецінення гудвілу, нарахування амортизації та особливості ведення обліку від'ємного гудвілу.

2. Досліджено існуючу методологію розкриття інформації про внутрішньо створений гудвіл у фінансовій звітності підприємства; проаналізовано думки науковців ХХ-ХХІ століть щодо розділення внутрішньо створеного та придбаного гудвілу; розкрито причини, що перешкоджають визнанню внутрішньо створеного гудвілу в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності, зокрема у період перед Великою депресією у США.

3. Розкрито умови відображення в обліку внутрішньо створеного гудвілу, умови необхідності розробки Принципів бухгалтерського обліку; оцінено їх значення при розробці та прийнятті сучасних підходів національних стандартів фінансової звітності країн до визнання внутрішньо створеного гудвілу та його відображення у фінансовій звітності, що дозволило зробити висновок про принципово однакові підходи до відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності: гудвіл у фінансовій звітності не визнається в жодній із досліджених країн. (Причини цього або не розкриваються, або вказуються ті самі (вони ж встановлені в п. 49–50 МСФЗ (IAS) 38 «Нематеріальні активи»)).

4. Обгрунтовано необхідність використання стандартів ФЗ для відображення внутрішньо створеного гудвілу у фінансовій звітності, який за своєю економічною сутністю, та формальними ознаками є умовним активом.

5. Розкрито механізм бухгалтерського методу оцінки гудвілу підприємства як позитивного результату купівлі-продажу майнового комплексу, озвучено перелік документів, які необхідно підготувати і розглянути, зокрема бухгалтерську звітність; аудиторський висновок; акт повної інвентаризації підприємства; перелік дебіторів та кредиторів із зазначенням суми боргу та строку його погашення.

6. Для наочності проілюстровано застосування балансового бухгалтерського методу оцінки гудвілу в обліку на підприємстві; розглянуто процес оцінки гудвіла за трьома етапами.

7. Запропоновано, для поліпшення обліку нематеріальних активів, змінити найменування рахунку 19 «Гудвіл» на «Гудвіл та його складові» і розширити його аналітичний розділ. Зокрема, рахунок 194 «Елементи гудвілу» розділено на аналітичні рахунки: 194.1 «Ділові зв'язки підприємства», 194.2 «Особливості діяльності підприємства» та 194.3 «Знання, здібності та цінності персоналу». Ці рахунки пропонується кореспондувати з рахунком 42 «Додатковий капітал». Впровадження цих аналітичних рахунків дозволить деталізувати інформацію про важливі елементи гудвілу, що раніше не відображались у бухгалтерському обліку.

РОЗДІЛ 3

ПІДХОДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ГУДВІЛОМ

3.1 Напрями розвитку облікової оцінки нематеріальних активів в контексті вартісно-орієнтованого управління

На сьогодні серед вітчизняних та зарубіжних дослідників в сфері обліково-аналітичного забезпечення управління гудвілом тривають дискусії щодо перегляду критеріїв визнання нематеріальних активів та їх пом'якшення для подальшого створення передумов подання управлінської інформації про нематеріальні ознаки щодо формування вартості підприємства, зокрема ринкової.

Однією із основних причин удосконалення існуючої методики оцінки НА є розроблення нових технологій у складі активів з метою збільшення вартості підприємства. Відповідно виникає необхідність формування інформації для визначення наявних у підприємства конкурентних переваг та формування комплексу заходів, що сприятимуть їх збереженню та підвищенню ефективності діяльності підприємства та його ділової репутації/ внутрішньо створеного гудвілу.

Означене може бути підтверджено значною роллю облікової оцінки нематеріальних активів в системі вартісно-орієнтованого управління при формуванні:

- спеціалізованих звітів щодо нематеріальних активів підприємства, які мають забезпечувати існуючі та потенційні потреби суб'єктів вартісно-орієнтованого управління на підприємстві в процесі реалізації обраної стратегії та вибору нових стратегічних альтернатив (фінансові та стратегічні менеджери, члени ради директорів, власники тощо);
- додаткових звітів для зовнішніх користувачів облікової інформації, що зацікавлені в більш детальному розкритті інформації про нематеріальні активи підприємства, які відіграють стратегічну роль в процесі формування його вартості (акціонери, інвестори, інституційні інвестори);

- внутрішньої звітності для суб'єктів тактичного і оперативного управління діяльністю підприємства, що приймають відповідні рішення з метою координації поведінки працівників підприємства.

Під час використання нематеріального активу в діяльності підприємства його первісна вартість може збільшуватись, зменшуватись або залишитись без змін, на що впливають наступні види дієвих рішень, які можуть здійснюватися суб'єктом організації та ведення бухгалтерського обліку: 1) дооцінка; 2) уцінка; 3) визнання зменшення корисності; 4) амортизація. Порядок амортизації нематеріальних активів залежить від нормативних документів, які використовуються для її нарахування суб'єктами господарювання (ПКУ, НП(С)БО 8, МСБО 38) [34, 37, 30], між якими на сьогодні виявлено ряд відмінностей як щодо визначення термінів корисного використання нематеріальних активів, так і щодо набору методів її здійснення.

При вибутті нематеріального активу з підприємства незалежно від обраного способу (комерціалізація, безоплатна передача, списання) відбувається списання його залишкової вартості.

Проведений аналіз існуючих варіантів облікової оцінки нематеріальних активів в контексті стадій їх життєвого циклу дозволяє виділити два основних найбільш актуальних напрями розвитку системи облікової оцінки в контексті вартісно-орієнтованого управління (рис. 3.1).

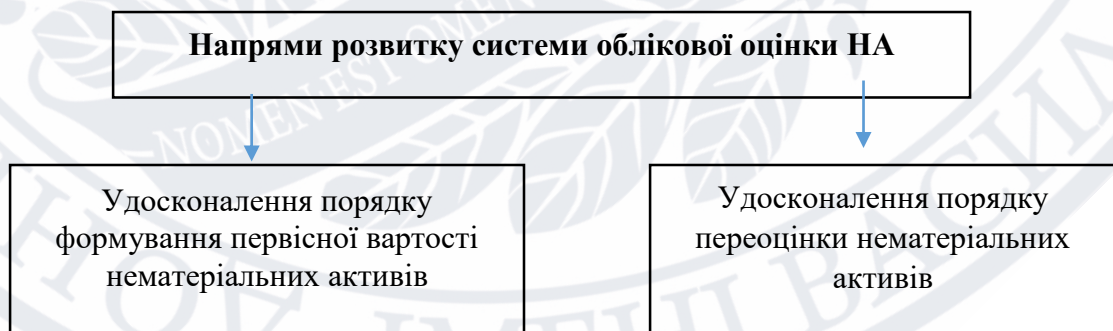


Рисунок 3.1. Напрями розвитку системи облікової оцінки нематеріальних активів

Розглянуті нами питання у попередніх розділах показали, що на формування ринкової вартості підприємства впливає багато факторів. Проте, згідно МСБО в чинній системі бухгалтерського обліку особлива увага відводиться таким факторам як, *по-перше*, вартість необоротних нематеріальних активів підприємства та, *по-друге*, обсяг витрат, понесених ним на дослідження та розробки.

Нагадаємо, що МСБО 38 «Нематеріальні активи» встановлює жорсткі критерії визнання внутрішньо створених активів, а витрати, що не відповідають їм, наказує визнавати як витрати періоду. До того ж МСБО 38 класифікує НМА як: а) придбані: окремо; або у межах об'єднання бізнесу; б) створені самим підприємством [30].

Відповідно для визнання внутрішньо створеного активу він має відповідати критеріям, що складаються з трьох рівнів:

- 1-ий рівень: критерії визнання активу;
- 2-ий рівень: критерії визнання нематеріального активу;
- 3-ій рівень: критерії визнання нематеріального активу, створеного самим підприємством.

Схематично зазначені критерії нами подано на рис. 3.2.

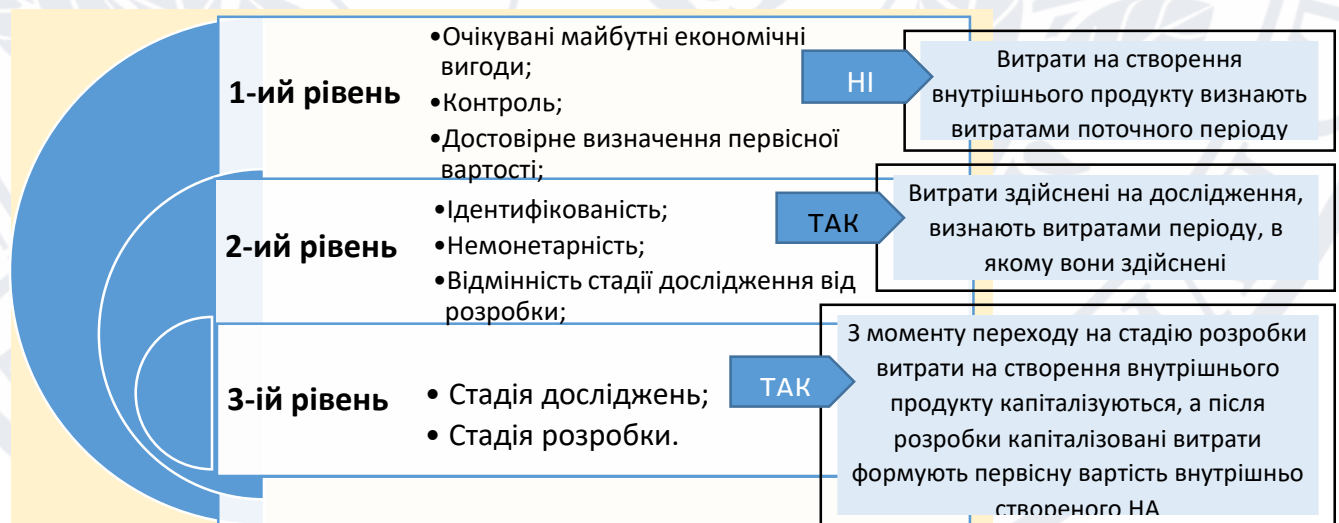


Рисунок 3.2. Критерії визнання та тестування внутрішньо створених нематеріальних активів

Джерело: складено на основі) [34, 37, 30].

Слід зауважити, що до сьогодні у Ради МСБО існують проблеми з питань щодо підходів до визнання внутрішньо створених активів, зокрема застосовується консервативний підхід, а саме:

- 1) механізм оцінки визначення моменту, коли актив можна визнати таким, що ідентифікується;
- 2) наявність та джерело отримання підтверджень, що актив здатен давати очікувані майбутні економічні вигоди;
- 3) достовірність визначення первісної вартості активів.

Критерії третього рівня за МСБО 38, а саме стадія досліджень і стадія розробки, розділяють процес створення підприємством активу на дві відповідні стадії. Зауважимо, що після закінчення стадії досліджень підприємство може на стадії розробки в межах внутрішнього проекту ідентифікувати нематеріальні активи та продемонструвати, що цей актив створюватиме ймовірні майбутні економічні вигоди. Це відбувається тому, що стадія розробки проекту більш реальна та показова порівняно зі стадією досліджень.

З викладеного випливає, що для визнання внутрішньо створеного нематеріального активу підприємство має відповісти на такі запитання, відповіді на які (так / ні) вплинуть на витрати на створення внутрішнього продукту (див. рис. 3.2).

Первісна вартість нематеріального активу, створеного самим підприємством, дорівнює сумі витрат, здійснених із дати переходу на стадію розробки. При цьому заборонено відновлювати витрати, які вже були визнані як витрати на стадії дослідження та до неї.

До складу первісної вартості внутрішньо створеного нематеріального активу включаються всі витрати, що безпосередньо пов'язані зі створенням, виробництвом і підготовкою активу до використання відповідно до намірів керівництва. Проте до складу її первісної вартості не включаються:

- а) торговельні, адміністративні та інші загальні накладні витрати, крім тих, які можуть бути віднесені безпосередньо на підготовку активу до використання;
- б) виявлена неефективність і первісні операційні збитки, які виникли до моменту досягнення планової продуктивності зазначеного активу;
- в) витрати на навчання персоналу, як працювати з активом.

Загальну модель здійснення аналізу впливу нематеріальних активів підприємства на його ринкову вартість можна представити наступним чином (рис. 3.3).

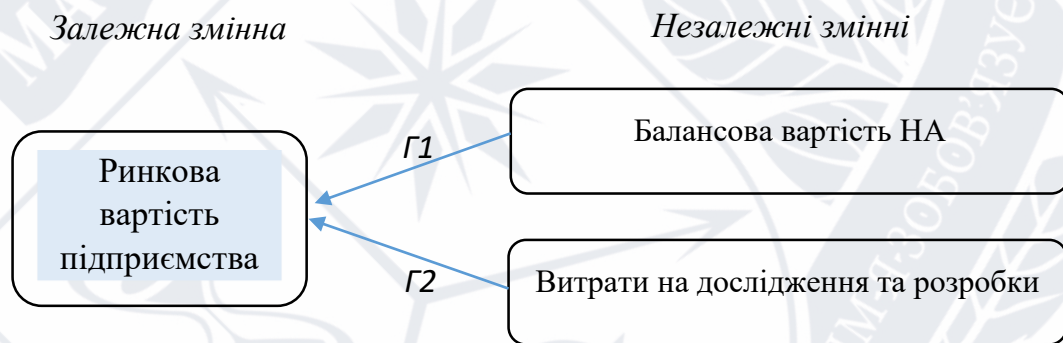


Рисунок 3.3. Модель здійснення аналізу та оцінки впливу нематеріальних активів підприємства на його ринкову вартість

Джерело: розроблено на основі [9].

Відповідно до рис. 3.3 наведена модель передбачає необхідність тестування двох основних гіпотез:

- Гіпотеза 1 (Γ_1) – наявний статистично значимий вплив балансової вартості нематеріальних активів підприємства на його ринкову вартість;
- Гіпотеза 2 (Γ_2) – наявний статистично значимий вплив витрат на дослідження та розробки підприємства на його ринкову вартість.

Проте, зауважимо, що дана модель не позбавлена недоліків, оскільки одержані результати аналізу впливу вартості нематеріальних активів та витрат на дослідження та розробки на ринкову вартість підприємства слід інтерпретувати, виходячи з наступних обмежень запропонованої моделі:

- 1) людський фактор (коли може різнитися рівень об'єктивності суб'єктів складання досліджуваної фінансової звітності - бухгалтерів, аудиторів, аналітиків);
- 2) місце розташування – (коли підприємство є членом ЄС і має необхідні дані для аналізу; і навпаки);
- 3) період дослідження – (коли фінансова звітність відповідного звітного періоду).

Отож, можна констатувати підтвердження двох висунутих гіпотез, які передбачали існування статистично значимого впливу балансової вартості нематеріальних активів та витрат на дослідження та розробки підприємства на його ринкову вартість.

Таким чином, вищенаведене підтверджує доцільність пом'якшення критеріїв щодо визнання нематеріальних активів, які встановлені в національному та міжнародному обліковому законодавстві, та необхідність розширення кількості нематеріальних об'єктів, інформація про які надається суб'єктам вартісно-орієнтованого управління, зокрема, в частині витрат, які на сьогодні відносяться до витрат на дослідження. Одержані в результаті дослідження результати також підтверджують доцільність використання в системі обліку запропонованого поняття нематеріальних активів в їх широкому розумінні, що забезпечуватиме формування повної та більш достовірної інформації про нематеріальні фактори створення вартості.

3.2. Удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій

Для покращення конкурентоздатності підприємства у своїй господарській діяльності активно використовують природні, матеріальні, трудові та фінансові ресурси. Водночас все більшу роль відіграють об'єкти нематеріальних активів і їхня частка у структурі активів підприємства постійно збільшується. Ефективне

використання нематеріальних активів сприяє збільшенню ринкової вартості підприємства та його інвестиційної привабливості. Крім цього нематеріальні активи забезпечують захист прав компанії. З метою підвищення ефективності управління нематеріальних активів, необхідне застосування новітніх комп'ютерних технологій для відображення їх наявності та руху. Тому питання автоматизації обліку нематеріальних активів сьогодні є дуже актуальним.

Дослідженню проблем автоматизації бухгалтерського обліку й аудиту нематеріальних активів приділяється велика увага з боку науковців-економістів: Білухи М.Т., Бутинця Ф.Ф., Голова С.Ф., Грінько А.П., Дем'яненко М.Я., Івахненкова С.В., Клименка О.В., Кірейцева Г.Г., Ткаченко Н.М. та багатьох інших.

Розвиток сучасних технологій сприяє зміні економічних та господарських процесів, що зумовлює потребу у трансформації системи обліку, адже вона є основним генератором економічної інформації.

З урахуванням динаміки змін інформаційних технологій можна вважати, що перспективним є впровадження в організацію обліку на підприємстві: хмарних технологій, електронних чатів, технології блокчейн, «розумних речей» тощо, які дадуть можливість отримати значні економічні вигоди від їх впровадження.

Останні інновації у сфері комп'ютерних технологій спонукають відмовитися від звичайних серверів, які потребують значних витрат на їхнє обслуговування, а також переоснащення відповідно до конкретних вимог підприємства. Заміною їх може стати технологія Cloud Computing (хмарні технології). Їх вже активно використовують найбільші корпорації світу. Суть використання даної технології передбачає зберігання всієї необхідної облікової інформації підприємства у «віртуальному сервері» і накопиченні там відповідно до процесу діяльності всіх структурних одиниць компанії. Використання таких технологій забезпечить легкий доступ до облікової інформації в будь-якому місці і в будь-який час. Такі технології є дуже доречними для компаній, які мають високу мобільність персоналу. З використанням даних технологій компанія забезпечить безпеку, можливість

резервного копіювання облікових даних, а також їх аварійного відновлення значно більші, ніж при використанні сервера, який знаходиться на місці. Також вони прискорять рух облікових даних та документообіг на підприємстві і зменшать витрати підприємства на організацію облікового процесу. Працівники підприємства зможуть одержувати та опрацьовувати інформацію через веб-інтерфейс у звичайному Інтернет-браузері персонального комп'ютера чи мобільного пристрою. Хмарне середовище комунікації забезпечує зручність у процесі взаємодії персоналу підприємства з автоматизованою системою обліку.

Для складання звітності за допомогою хмарних технологій доцільно б було використовувати сервіс для підготовки і подання електронної звітності в режимі online - «iforma».

Даний сервіс забезпечує цілодобовий прийом звітів безпосередньо на своєму веб-сайті з подальшою їх перевіркою, переадресуванням і супроводом до відповідних держустанов. Використання сервісу відбувається на комерційній основі, разом з тим підготовка і подача звітності лише в Державну податкову адміністрацію для власників електронно-цифрових підписів від акредитованого центру сертифікації ключів "Інформаційно-довідкового департаменту ДФС України" абсолютно безкоштовна [3, с.2].

Останнім часом поширеною є також технологія “Блокчейн” – розподілена база даних, яка підтримує перелік записів, званих блоками, що слугує “бухгалтерською книгою” для відображення усіх змін та операцій. Технологія блокчейн передбачає здійснення записів в спеціальній структурі, де обов’язково фіксується час і посилання на попередню господарську операцію. Така база облікових даних захищена від зміни чи підробки, оскільки не дозволяє змінювати операційну дату і час. Надійність технології накопичення та зберігання даних в ланцюгово-блоковій структурі призвела до того, що прогресивна в розвитку комп’ютерно-комунікаційних технологій держава Китайська Народна Демократична Республіка використовує блокчейн для обліку та збору податків [50].

Також доцільно було б запровадити на підприємстві технології електронних чатів, які б значно спростили одночасну роботу декількох фахівців з обліку нематеріальних активів з єдиною базою даних. Це дасть змогу одночасно спостерігати за роботою усіх працівників, легко делегувати функції та проводити взаємозаміну облікових працівників у процесі виконання складних завдань.

Активно в провідних компаніях світу відбувається перехід до автоматизованої обробки облікової інформації та застосування «розумних речей». Збільшується кількість виробничих приладів, які функціонують на власному програмному забезпеченні, приєднуються до мережі Інтернет та здатні взаємодіяти. Основною перевагою даних приладів є можливість автоматизованого збору облікової інформації про господарську діяльність підприємства. Такі технології підлягають програмуванню та здатні до ідентифікації, вимірювання, оцінювання та передавання даних про явища та події господарської діяльності підприємства. Такі обладнання поділяють на два типи: 1) які призначені для спостереження за фактами господарської діяльності; 2) які призначені для автоматизованого виконання функціональних дій та одночасного збору інформації про них.

Також у майбутній перспективі можливе розширення голосових сервісів у системі обліку.

Голосові команди спеціалістів з обліку нематеріальних активів зможуть сприймати технології синтезу мовлення, а також звітувати про результати їх виконання. Розвиток технологій персональних голосових помічників в мобільних пристроях та розпізнавання голосу у пошукових системах суттєво наблизив час переходу на голосове управління обліковим програмним забезпеченням [25]. Процес інтерактивної взаємодії максимально повинен наблизитися до звичайного голосового діалогу на будь-яких мовах світу, що дасть змогу повністю уніфікувати програмне забезпечення для іншомовних користувачів.

Звичайно, такі комп'ютерно-комунікаційні технології будуть мінімізувати виконання облікових процедур працівниками підприємства, адже забезпечать

процес автоматизації документування, інвентаризації, оцінки, калькулювання та відображення на рахунках обліку господарських операцій у тому числі, що стосується НМА, однак за працівниками бухгалтерської служби будуть закріплені контрольні функції. Буде зменшуватись фактор суб'єктивності, а отже забезпечуватись достовірність облікової інформації.

Облікова праця стане більш інтелектуальною та творчою. Працівники підприємства будуть займатися контролем та проведенням актуалізації облікової системи відповідно до змін законодавства, а також налаштуванням та підтримкою її в робочому стані. Тож запровадження таких технологій стає в майбутньому перспективою для українських підприємств.

Отже, в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій автоматизація ведення бухгалтерського обліку стає невід'ємним компонентом у процесі господарської діяльності підприємств. Використання комп'ютеризації ведення обліку і впровадження новітніх технологій забезпечує покращення та полегшення процесу обліку і управління НМА підприємства.

Висновки до розділу 3

1. З метою підвищення ефективності вартісно-орієнтованого управління нематеріальними активами підприємства в контексті збільшення ринкової вартості підприємства, -обґрунтовано значимість облікової оцінки нематеріальних активів при формуванні спеціалізованих звітів щодо НА підприємства, додаткових звітів для зовнішніх користувачів, внутрішньої звітності для суб'єктів тактичного і оперативного управління діяльністю підприємства; -виокремлено два основних найбільш актуальних напрями розвитку системи облікової оцінки, зокрема удосконалення порядку формування первісної вартості НА та порядку переоцінки НА;-за допомогою схеми розкрито за трьома рівнями взаємозв'язок критеріїв визнання та тестування внутрішньо створених НА; -запропоновано загальну модель

здійснення аналізу та оцінки впливу нематеріальних активів підприємства на його ринкову вартість за допомогою тестування двох гіпотез, зокрема вплив балансової вартості нематеріальних активів підприємства на його ринкову вартість, а також вплив витрат на дослідження та розробки підприємства на його ринкову вартість.

2. Обґрунтовано необхідність використання комп'ютеризації ведення обліку і впровадження новітніх технологій, що забезпечує покращення та полегшення процесу обліку і управління НМА підприємства.

3. Запропоновано використання хмарного середовища комунікації для забезпечення зручності у взаємодії персоналу підприємства з автоматизованою системою обліку; -для складання звітності за допомогою хмарних технологій - використовувати сервіс для підготовки і подання електронної звітності в режимі online - «iforma»; -технології “Блокчейн” як розподіленої база даних, яка підтримує перелік записів, званих блоками, що слугує “бухгалтерською книгою” для відображення усіх змін та операцій;-технології електронних чатів, які б значно спростили одночасну роботу декількох фахівців з обліку НМА з єдиною базою даних;- перехід до автоматизованої обробки облікової інформації та застосування “розумних речей”, оскільки таким чином збільшується кількість виробничих приладів, які функціонують на власному програмному забезпеченні, приєднуються до мережі Інтернет та здатні взаємодіяти;- у майбутній перспективі можливе розширення голосових сервісів у системі обліку, оскільки голосові команди спеціалістів з обліку нематеріальних активів зможуть сприймати технології синтезу мовлення, а також звітувати про результати їх виконання іт ін.

ВИСНОВКИ

У магістерській роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, яке полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних, організаційних положень та розробці практичних рекомендацій щодо обліково-аналітичного забезпечення гудвілу в системі вартісно-орієнтованого управління підприємством. Результати, отримані в процесі дослідження, дають змогу сформулювати такі висновки:

1. Виявлено такі причини, що ускладнюють проведення достовірної оцінки гудвілу як об'єкта обліку: 1) особливості історичного формування облікової системи підприємства; 2) змістовні особливості гудвілу; 3) наявність синергічних властивостей гудвілу/ ділової репутації. З метою забезпечення відповідності облікової системи в частині нематеріальних активів потребам суб'єктів вартісно-орієнтованого управління визначено напрями її адаптації до змін в економіці (уточнення сутності гудвілу; пошук нових методів оцінки гудвілу; перегляд концепції гудвілу; удосконалення фінансової та управлінської звітності підприємства, як засобу інформування про нематеріальні фактори створення ринкової вартості підприємства, та обґрунтовано шляхи їх реалізації.

2. З метою вирішення проблеми неадекватності чинної облікової системи щодо відображення гудвілу потребам користувачів обґрунтовано концептуальні засади удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення управління гудвілом та запропоновано реалізовувати їх двома основними шляхами: 1) коригуванням облікової системи (уточнення порядку ведення обліку гудвілу; оприлюднення додаткових нефінансових звітів щодо гудвілу підприємства); 2) реформуванням облікової системи в частині удосконалення плану рахунків.

3. З метою підвищення достовірності інформації про гудвіл, визначено два основних напрями розвитку системи його облікової оцінки: 1) удосконалення порядку формування первісної вартості гудвілу; 2) удосконалення порядку

переоцінки активів на етапі оцінки вартості придбання. Перший напрям запропоновано реалізувати шляхом розгляду нематеріальних активів як кваліфікаційних активів, що уможливило включення до їх первісної вартості фінансових витрат; другий напрям передбачає виокремлення відмінностей у сутності матеріальних і нематеріальних активів, які впливають на порядок їх оцінки; розробку матричної класифікації методів оцінки нематеріальних активів; обґрунтування етапів переоцінки нематеріальних активів за справедливою вартістю; оцінка і переоцінка (дисконтування дебіторської та кредиторської заборгованості).

4. Проведено аналіз основних показників діяльності базового підприємства СТ «Кобзар» за період 2021-2022 рр., зокрема оцінено показники фінансово стану, фінансової стабільності, оборотності та рентабельності діяльності. Зроблено висновки та надано пропозиції для подальшого розвитку підприємства.

5. Обґрунтовано доцільність пом'якшення критеріїв щодо визнання нематеріальних активів, які встановлені в національному та міжнародному обліковому законодавстві, та необхідність розширення кількості нематеріальних об'єктів, інформація про які надається суб'єктам вартісно-орієнтованого управління, зокрема, в частині витрат, які на сьогодні відносяться до витрат на дослідження. Розглянуто взаємозв'язок критеріїв визнання та можливих результатів тестування внутрішньо створених нематеріальних активів з метою оцінки витрат на створення внутрішнього продукту.

6. Запропоновано використання сучасних комп'ютерних технологій з метою удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів як головних ресурсів при формуванні внутрішнього гудвілу; обґрунтовано можливості та перспективи використання хмарних технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Блажівська Н. Захист гудвілу та клієнттури відповідно до практики Європейського суду з прав людини. *Право України*. 2018. № 5. С. 224–238.
2. Бондар М. І. Визнання гудвілу при придбанні підприємства з метою його відображення в обліку. *Формування ринкової економіки : наук. зб. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [відп. ред. О. О. Беляєв]. Київ, 2010. Вип. 24. С. 528–536.*
3. Вакульчик О. М. Визнання нематеріальних активів підприємства відповідно до міжнародних та національних стандартів обліку / О.М. Вакульчик, В.В. Фесенко, А.В. Калугіна. *Облік і фінанси*. 2019. №3 (85). С. 5-11.
4. Вакун В. О. Гудвіл як об'єкт бухгалтерського обліку: сутність, класифікація, шляхи розвитку. *Інноваційна економіка*. 2011. № 5. С. 135–141.
5. Васильківська О. Є. Оцінка вартості бізнесу в умовах глобалізації. Львів: Астролябія, 2019. 250 с.
6. Верига Ю.А., Коба О.В., Нургалієва Р.Н. Гудвіл як облікова категорія. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. Випуск № 6(74), 2019. С. 89-94.
7. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та облік. URL: <http://www.economika.kiev.ua/index.php?newsid=26>
8. Голов С. Ф., Костюченко В. М., Кулага О. М. Трансформація фінансової звітності українських підприємств у фінансову звітність за міжнародними стандартами : метод. посіб. / Федер. проф. бухгалтерів і аудиторів України. 4-е вид. Київ :ФПБАУ, 2013. 267 с.
9. Гороховець Ю. А. Облік і аналіз нематеріальних активів в системі вартісно-орієнтованого управління : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09 / ДССУ «Нац. акад. статистики, обліку та аудиту». Київ, 2018.

10. Диба В.М. Облік та аналіз нематеріальних активів в умовах інституційних змін: теорія і методологія : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09 / КНЕУ. Київ, 2017.

11. Єремян О.М., Бойко Л.І. Гудвіл під час придбання: методи розрахунку і розкриття в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 748–755. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/124.pdf (дата звернення: 15.12.2023).

12. Задорожний З.-М. В., Судин Ю. А. Витрати на формування внутрішнього гудвілу як об'єкт формування управлінського обліку. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 3 (15). С. 90–95.

13. Іванов А.Є. Внутрішньостворена ділова репутація компанії як умовний актив // Міжнародний бухгалтерський облік, 2012. № 26. С. 28-33.

14. Інновації або смерть: як бізнесу вижити на тонучому кораблі “Україна” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/08/16/628080/>.

15. Касич А. Теоретичні та методичні основи оцінки та обліку гудвілу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Економіка. 2015. Вип. 1 (2). С. 28–32. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2015_1%282%29__8 (дата звернення: 15.11.2023).

16. Касич А. О., Плахотнікова М. Г. Гудвіл підприємства: сутність та обліково-аналітичне забезпечення у практиці українських і зарубіжних підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4620> (дата звернення: 16.12.2021).

17. Кірія М.В., Разборська О.О. Гудвіл як обліково-аналітична категорія забезпечення оцінки та управління діловою репутацією підприємства. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 4. С. ?? DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023>.

18. Кірія М.В. Особливості обліку окремих видів нематеріальних активів. / М.В. Кірія // Місце України в світовому розвитку науки та техніки: Збірник

наукових матеріалів СХХХІІ Міжнародної Інтернет-конференції. (13 жовтня 2023 р.) Хмельницький. 2023. – С.

19. Корчемлюк А.І., Литвинчук І.Л., Циганенко Г.В. Гудвіл корпоративних підприємств: монографія / А.І. Корчемлюк, І.Л. Литвинчук, Г.В. Циганенко; наук. редактор Є.І. Ходаківський. - Житомир, 2013. - 160 с.

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

21. Куцик П.О., Дрогобицький І.М., Плиса З.П., Скоп Х.І. Облікова концепція управління вартістю нематеріальних активів підприємства [Текст] : монографія / П.О. Куцик, І.М. Дрогобицький, З.П. Плиса, Х.І. Скоп. – Львів : Растр-7, 2016. – 268 с.

22. Кучер С., Захаров Д. Історія розвитку гудвілу як облікової категорії та основні підходи до його визначення. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 162–166. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/199.pdf (дата звернення: 15.11.2023).

23. Легенчук С. Бухгалтерське відображення інтелектуального капіталу : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.09 ; Національний аграрний університет. Київ, 2006. 21 с.

24. Малюга Л. В. Особисті немайнові права фізичних осіб в цивільному праві: теоретичні основи та проблеми правового забезпечення: автореф. дис. канд. юрид. наук 12.00.03. Інститут держави і права імені В. М. Корецького НАН України. К., 2014.

25. Мачуга Р.І. Віртуалізація і хмарні технології в обліку: далеке майбутнє чи реальне сьогодення / Р.І. Мачуга. *Ефективна економіка*. – 2015. – №5. – С. 1–4.

26. Міжнародні стандарти фінансової звітності. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_010#Text (дата звернення: 06.10.2023).

27. Міжнародний стандарт фінансової звітності 3 «Об'єднання бізнесу». URL: <https://zakon.help/article/mizhnarodnii-standart-finansovoi-zvitnosti-3> (дата звернення: 15.10.2023).

28. Міжнародний стандарт фінансової звітності (IFRS) 36 «Зменшення корисності активів». https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%91%D0%9E%2036_ukr_2020.pdf

29. Міжнародний стандарт фінансової звітності (IAS) 37 «Резерви, умовні зобов'язання і умовні активи». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS%2037_ukr_2022.pdf (дата звернення: 11.11.2023).

30. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» від 01.01. 2012 р. № 959_050. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_050 (дата звернення: 11.11.2023).

31. Міжнародний стандарт фінансової звітності 22 «Об'єднання компаній». URL: <https://zakon.help/article/mizhnarodnii-standart-finansovoi-zvitnosti-3> (дата звернення: 15.10.2023).

32. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. №73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

33. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність»: наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 628. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13#Text>

34. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 2 листопада 1999 № 750/4043 / Міністерство фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>.

35. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств». Затверджено Наказом МФУ від 07.07.1999 № 163. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750> (дата звернення: 16.11.2023).

36. Національні положення стандарти бухгалтерського обліку. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (дата звернення: 6.10.2023).
37. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI / Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99> (дата звернення: 10.11.2023).
38. Польова Т. В. Гудвіл – який це вид активу? Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю. Черкаси, 2014. С. 45–46.
39. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
40. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України [Редакція від 01.08.2022]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (Дата звернення 11.11.2023).
41. Про податок на додану вартість: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168/97-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення 11.11.2023).
42. Разборська О.О., Кірія М.В. Методи оцінки гудвілу та їх застосування в контексті обліково-аналітичного забезпечення інноваційної трансформації та привабливості бізнесу / О.О. Разборська, М.В. Кірія // Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України (в умовах воєнного стану та поствоєнний період). Збірник матеріалів XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції (10-11 листопада 2023 року). – Одеса: Одеська політехніка, 2023. – С. ??.
43. Ридзевська А., Сало О. Поняття гудвілу та характеристика його складових. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 22 (2). С. 349-352.
44. Романів Є.М., Приймак С.В., Гончарук С.М. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Навч. посібник Львів. ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 772 с.

45. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу / С. В. Сагова // *Фінанси, облік і аудит* : зб. наук. Праць. – К.: КНЕУ, 2009. – Вип. № 14. – С. 291-298.
46. Соколов Я. В. Гудвіл: «нова» категорія бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік*. 2017. № 2. С. 46–48.
47. Стефанів М. І. Фінансовий менеджмент на підприємстві: сучасні концепції та технології. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 330 с.
48. Травін В. В. Особливості організації бухгалтерського обліку внутрішнього гудвілу як прояву соціального капіталу на мікроекономічному рівні. *Вісник ЖДТУ*. 2010. № 2 (52). С. 197–201.
49. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2006. № 9. С. 20–23.
50. Шарманська В., Кірія М. Удосконалення обліку та звітності нематеріальних активів на основі застосування сучасних комп'ютерних технологій [Текст] / Валентина Шарманська, Мар'яна Кірія // *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія* : зб. матеріалів Х ювілейної Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. [Тернопіль, 17 груд. 2021 р.]. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. – С. 184-187.
51. Швіндіна Г. О. Ділова репутація як показник ефективності функціонування організації. *Вісник Сумського державного університету*. Серія Економіка. 2011. № 2. С. 75–79.
52. Ясишена В., Пилявець В. Особливості обліку внутрішнього гудвілу. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 171–186. DOI: <https://doi.org/10.35755/visnyk2021.04.171>
53. Basset W.R. Accounting as an aid to business profits. 1918. Reprint. London. Forgotten Books. 2013. 316 p.
54. Bently, Lionel, Sherman, Brad. Intellectual property law. Oxford: Oxford University press: 2003. p. 673–691.
55. Bloom M. Double accounting for goodwill: a problem redefined. London. Routledge. 2008. 231 p.

56. Chatfield M., Vangermeersch R. History of Accounting: an International Encyclopedia. London. Routledge. 2014. 649 p.
57. Garcia C. How Accounting for goodwill relies on underlying assumptions: a historical approach. Open Access publications from Universite Paris-Dauphine. Universite Paris-Dauphine. 30th EAA annual congress. 2006. 32 p.
58. Gartner's Top 10 Strategic Technology Trends for 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartners-top-10-technology-trends2017>
59. Hatfield H.R. Modern Accounting, Its Principles and Some of Its Problems. New York. NY, D. Appleton and Co. 1909. Reprinted by Scholars Book Co. Lawrence. KS. 1971.
60. King A. Otsenka spravedlivoi stoimosti dlya finansovoi otchetnosti: novye trebovaniya FASB [Fair Value for Financial Reporting: Meeting the New FASB Requirements]. Moscow, Al'pina Pabliher Publ., 2011, 383 p.
61. Leake P.D. Commercial goodwill: its history, value and treatment in accounts. London. Sir Isaac Pitman & Sons Ltd. 1921. 260 p.
62. Ping H. D., Bao D. Valuating goodwill of cultural enterprises using wavelet neural network. International journal of u- and e-Service. Science and Technology. 2014. Vol. 7, 4. P. 147–158. Schrödinger E. Die gegenwärtige situation in der quantenmechanik // Naturwissenschaften. 1935. № 48. P. 807–812; № 49. P. 823–828; № 50. P. 844–849.
63. Walker G.T. Nonpurchased goodwill // The Accounting Review. 1938. Vol. 13. № 3. P. 253–259.
64. Cambridge Dictionary. Goodwill. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/goodwill>
65. Statement of Financial Accounting Standarts No. 142 «Godwill and other intangible assets» (FAS 142). URL: <https://www.fasb.org/pdf/fas142.pdf>



ДОДАТКИ