

УДК 657.421.3:334.758

ГУДВІЛ ПРИ ПРИДБАННІ ТА ОБ'ЄДНАННІ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ОЦІНКА І РОЗКРИТТЯ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

АЛЛА ГАЛЬКЕВИЧ,
аспірант кафедри обліку
та аудиту Київського
національного університету
імені Тараса Шевченка

У статті здійснено аналіз підходів вітчизняних та зарубіжних науковців до визначення категорій «гудвіл», «внутрішньо створений гудвіл» та «придбаний гудвіл» і природи цих понять. Досліджено основні характеристики, особливості оцінки та розкриття інформації про гудвіл як актив у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності при придбанні й об'єднанні підприємств.

Ключові слова: гудвіл, позитивний і негативний гудвіл, внутрішньо створений гудвіл, придбаний гудвіл, придбання та об'єднання підприємств, метод придбання.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Процеси придбання та об'єднання підприємств є суттєвими, адже результатом часто є створення вартості,

більшої від вартості підприємств окремо. В останні роки обсяги та кількість угод з придбання та об'єднання підприємств поступово зростають, хоча докризового рівня сумарного обсягу угод у світі не досягнуто (табл. 1).

Таблиця 1

ОБСЯГИ ОГОЛОШЕНИХ ТА ЗАВЕРШЕНИХ УГОД ІЗ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ
У СВІТІ ЗА РЕГІОНАМИ У 2008–2011 роках*

Назва регіону		Оголошені угоди із злиття та поглинання				Завершені угоди із злиття та поглинання			
		2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Країни Карибсько-го басейну	Обсяг, млрд дол.	1218,88	921,68	1136,28	1255,04	1122,84	926,23	916,20	1097,59
	Кількість	12914	11766	12013	12365	10317	9147	9241	9789
Африка та Середній Схід	Обсяг, млрд дол.	54,08	49,29	91,01	48,15	51,06	37,90	57,53	32,47
	Кількість	988	1010	1143	1091	594	621	668	680
Європа	Обсяг, млрд дол.	1158,22	580,99	641,02	710,62	1123,86	587,56	483,65	731,39
	Кількість	12879	13825	14779	14985	10226	11642	12225	12204
Країни Тихоокеанського басейну	Обсяг, млрд дол.	420,08	323,50	482,01	445,39	306,75	203,89	273,38	383,46
	Кількість	10291	10386	10564	10037	5883	6243	5984	5761
Японія	Обсяг, млрд дол.	84,70	104,89	83,88	104,92	83,67	66,81	108,11	88,28
	Кількість	2525	2484	2161	1836	1841	2339	1778	1244
Разом	Обсяг, млрд дол.	2935,96	1980,35	2434,20	2564,13	2688,17	1822,39	1838,87	2333,19
	Кількість	39597	39481	40660	40314	28861	29992	29896	29678

* Розроблено на основі даних ресурсу www.thomsonreuters.com [1–4].

У 2011 р. найпріоритетнішими галузями економіки для здійснення процесів злиття та поглинання у

світі стали такі: паливно-енергетична (20% вартості угод), фінансова (14), сировинна (13), виробнича (9)

та операції з нерухомістю (9 %) вартості угод.

Особливістю здійснення процесів придбання та об'єднання підприємств є створення значного потенціалу і визнання нематеріальних ресурсів у формі гудвілу внаслідок успішного завершення угоди.

Величина гудвілу в активах підприємств порівняно з балансовою вартістю активів у різних галузях економіки відрізняється і може перевищувати 50% (рис. 1).



Це означає, що гудвіл відображає приховану вартість підприємства, тому дослідження цього складно ідентифікованого нематеріального ресурсу будь-якого бізнесу є актуальним і необхідним для науки та практики.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. На сьогодні дослідження питань гудвілу висвітлено і розкрито у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як:

Ст. Брегг, О.В. Вакун, С. Голов, Л. Городянська, В. Діба, Б. Епштейн, А. Заноні, Дж. Кетті, В. Костюченко, А. Кузьмінський, Б. Маккензі, А. Пересада, В. Подольна, В. Сопко, В. Травін, Г. Уманців, О. Чумак, В. Швець та ін. Значну увагу автори приділяють сутності поняття «гудвіл», його основним характеристикам, особливостям визначення, оцінки, відображенню в бухгалтерському обліку та розкриттю у фінансовій звітності. З огляду на особливу нематеріальну природу та складності, пов'язані з оцінкою гудвілу, все ще багато аспектів є актуальними та потребують розробки і вдосконалення.

Мега статті – висвітлення підходів до сутності та визначення категорії «гудвіл», його основних характеристик, дослідження впливу розкриття інформації про гудвіл у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності на процеси придбання й об'єднання підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Розробка концепції гудвілу здійснюється у напрямі дослідження бухгалтерського та економічного підходів. Поширеним є бухгалтерський підхід, який передбачає визнання гудвілу в результаті придбання та об'єднання підприємств. Економічний підхід є ширшим, згідно з яким гудвіл розглядається як такий, що може бути створений не тільки під час придбання та об'єднання підприємств, а й внутрішньо самим підприємством. Тому така інформація має розкриватись у фінансовій звітності [6, с. 136–137].

Бухгалтерський підхід знайшов відображення у міжнародних стандартах фінансової звітності та вітчизняних Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку.

Відповідно до МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» та П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» у разі застосування методу придбання останнім кроком є визначення гудвілу (позитивного гудвілу) або доходу від вигідної угоди (негативного гудвілу).

Згідно із П(С)БО 19:

Гудвіл – це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання [7].

Тобто сутність цього поняття визначається за допомогою способу розрахунку його вартості з метою визнання і розкриття в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

У МСФЗ 3 більш повно розкрито природу поняття «гудвіл» на відміну від П(С)БО 19, а саме:

Гудвіл (goodwill) – актив, який являє собою майбутні економічні вигоди, що виникають з інших активів, придбаних під час об'єднання бізнесу та які не ідентифікуються і не визначаються окремо [8].

Так, відповідно до МСФЗ 3 результат придбання й об'єднання підприємств розраховують як залишок внаслідок порівняння двох величин, позначених на рис. 2 цифрами 1 та 2.

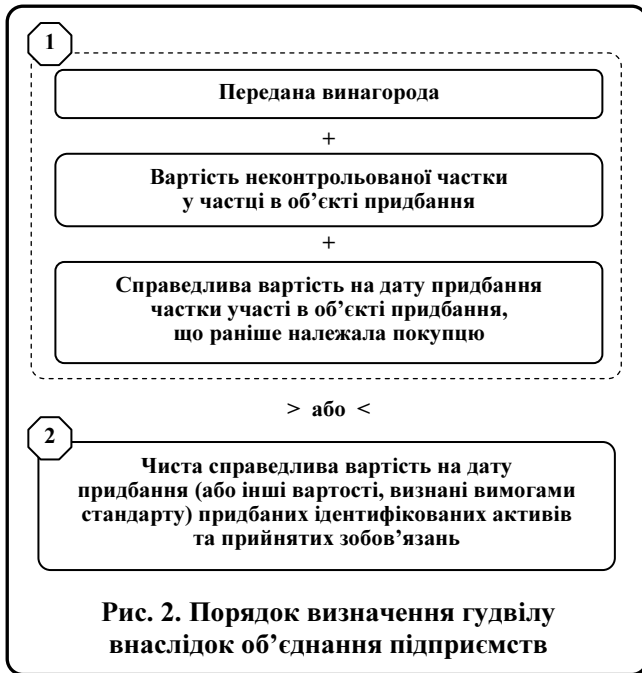


Рис. 2. Порядок визначення гудвілу внаслідок об'єднання підприємств

Гудвіл виникає у тому разі, якщо величина 1 перевищує величину 2. Проте якщо вираз 2 більший 1, то гудвіл як актив не визнається, замість цього покупець визнає дохід від вигідного придбання.

Співвідношення між величинами вартостей винагороди, частки покупця в справедливій вартості ідентифікованих придбаних активів і прийнятих зобов'язань об'єкта придбання, а також гудвілу або доходу від вигідної угоди при придбанні та об'єднанні підприємств зображено схематично на рис. 3.

Елементи, які використовують для розрахунку результату придбання та об'єднання підприємств, слід оцінювати за справедливою вартістю згідно з МСФЗ 3. Рада з Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) передбачає, що застосування саме методу оцінки за справедливою вартістю надає найбільш об'єктивний підхід до визначення вартості елементів під час придбання та об'єднання підприємств.

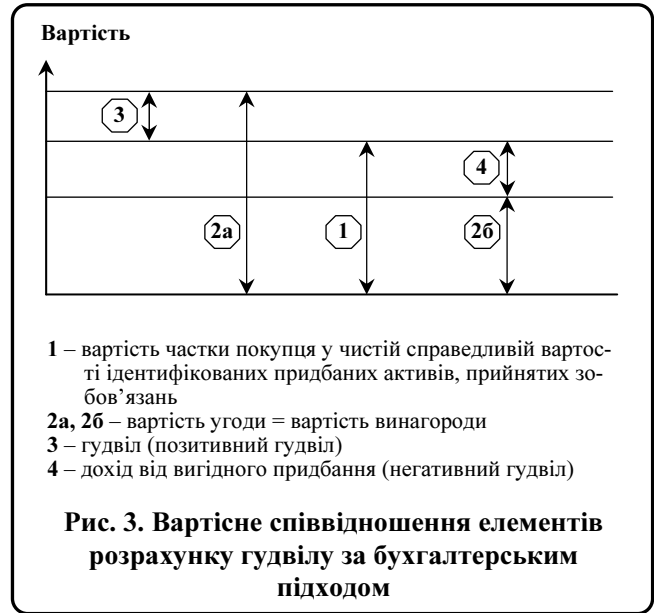


Рис. 3. Вартісне співвідношення елементів розрахунку гудвілу за бухгалтерським підходом

Отже, за МСФЗ потрібно розкривати гудвіл, який виникає при придбанні підприємств (бізнесу) з урахуванням ринкової вартості.

Слід зазначити, що незважаючи на наявність чіткого керівництва стосовно застосування методу оцінки за справедливою вартістю у МСФЗ 13 «Оцінка за справедливою вартістю», на практиці часто виникає багато труднощів. Найбільш проблемним є використання цього методу оцінки за умов відсутності, значного падіння або згортання ринків для активів і зобов'язань, що в такому разі потребує застосування значного обсягу суджень. Це, в свою чергу, призводить до суб'єктивності оцінки, що впливає на розрахунок величини вартості гудвілу.

Крім того, метод оцінки об'єктів обліку за справедливою вартістю є складним методологічно і потребує відповідних знань та умінь від фахівця, який здійснює таке оцінювання. Отже, існує ймовірність, що розрахована величина вартості гудвілу може бути значно викривлена і не відобразить реального стану. На суб'єктивність процедури оцінки вартості гудвілу в своїх працях також указують Л. Гордьянська та В. Діба [9, с. 43–44; 10, с. 32–33].

Для більш коректного відображення суми гудвілу покупець повинен докласти максимум зусиль для того, щоб:

- точно визначити вартість винагороди;
- визнати ідентифіковані чисті активи, придбані за справедливою вартістю, а не за балансовою вартістю;
- визнати всі придбані нематеріальні активи, так,

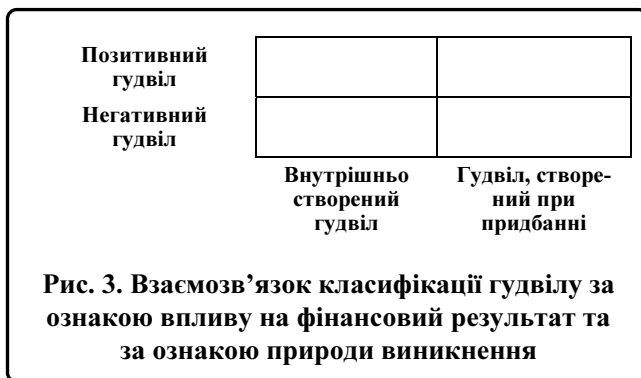
щоб вони не потрапили до суми, визнаної як гудвіл.

Можливим є також включення до вартості гудвілу, що виникає під час придбання та об'єднання підприємств, вартості, яка відображує суб'єктивні очікування і бажання покупця отримати контроль стосовно певного об'єкта придбання понад ринкову вартість гудвілу у вигляді переплати, а також вартісного вираження очікувань від синергії.

В окремих випадках, зокрема під час примусового придбання, трапляються випадки виникнення доходу від вигідного придбання (негативного гудвілу). Вважається, що власники об'єкта придбання переважно діють виходячи з цілей отримання економічних вигід, тобто намагаються продати підприємство за ціною, вищою за справедливу вартість його активів і зобов'язань. Саме тому перед визнанням доходу від вигідного придбання покупцю потрібно переглянути процедури, які використовувалися для оцінки сум під час придбання та об'єднання підприємств. Таку перевірку здійснюють для того, щоб оцінка відображувала всю інформацію, наявну на дату придбання.

Більшість науковців і практиків класифікують гудвіл за такими ознаками: за ступенем впливу на фінансовий результат – *позитивний* та *негативний*, за природою виникнення – *внутрішньо створений* та *придбаний внаслідок об'єднання підприємств* [6, с. 137; 7, с. 45–46; 11, с. 210; 12, с. 96–97; 13, с. 4].

На рис. 3 подано класифікацію гудвілу.



Гудвіл є нематеріальним і таким, що не ідентифікується в особливий спосіб. На думку багатьох зарубіжних науковців, він є результатом ситуації, коли сума, яку покупець бажає сплатити для одержання контрольної частки, перевищує сумарну визначену вартість придбаних чистих активів, визначених із дотриманням принципів МСФЗ 3. Гудвіл виникає

переважно внаслідок синергії та економії масштабу, очікування від об'єднання операцій покупця й об'єкта придбання [14, с. 522].

А. Заноні зазначає, що гудвіл є частиною вартості підприємства, яка не відображується у фінансовій звітності, проте виникає під час придбання або об'єднання підприємств. Це прихована вартість, яку зазвичай визначають через вартість майбутніх економічних вигід та яка виникає з активів, невизначених і неідентифікованих окремо [13, с. 3].

Бухгалтерський підхід забороняє відображувати в бухгалтерському обліку та розкривати у фінансовій звітності інформацію про внутрішньо створений гудвіл. Г. Уманців дотримується точки зору МСФЗ стосовно методики визначення гудвілу і розрахунку його вартості та, здійснивши детальний аналіз методів оцінки й особливостей обліку нематеріальних активів, доходить висновку, що від ретельності виявлення й оцінювання нематеріальних активів значно залежить величина вартості придбаного гудвілу при об'єднанні підприємств [15, с. 3–5].

Відповідно до МСФЗ 38 такі нематеріальні активи, як ділова репутація, знання та кваліфікація працівників, назви підприємств, марок, бази даних, прихильність клієнтів тощо, становлять внутрішньо створений гудвіл і не визнаються внаслідок того, що не відповідають таким критеріям:

- нематеріальний актив слід визнавати окремо від інших аспектів діяльності підприємства;
- використання нематеріального активу підприємством має контролюватися як результат минулих подій;
- майбутні економічні вигоди є очікуваними та можуть бути обчислені;
- вартість активу може бути надійно визначеною [16].

Нематеріальний актив відповідає вимозі ідентифікації, якщо є відокремлюваним та виникає внаслідок контрактних або інших юридичних прав за умови, що ці права наділені здатністю до передачі або відокремлення від підприємства чи від інших прав та обов'язків.

В іншому випадку витрати, пов'язані з придбанням або створенням нематеріального активу, визнаються витратами звітного періоду, протягом якого вони були здійснені, без визнання в майбутньому нематеріальним активом [17].

Згідно з П(С)БО 8 не визнаються нематеріальні

ми активами, а включаються до складу витрат звіт-ного періоду витрати на:

- 1) дослідження;
- 2) підготовку та перепідготовку кадрів;
- 3) рекламу та просування продукції на ринку;
- 4) створення, реорганізацію і переміщення підприємства або його частин;
- 5) підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків) [17].

Відповідно до концептуальних основ бухгалтерського обліку гудвіл, визнаний при придбанні та об'єднанні підприємств, у кінці звітного року перевіряється на предмет знецінення, і після цього непрямым способом відображується вартість внутрішньо створеного гудвілу.

Здатність підприємства контролювати нематеріальні активи передбачає можливість одержання майбутніх економічних вигід, разом з тим обмежуючи доступ інших учасників ринку до таких вигід. Що стосується нематеріальних активів, які виникають внаслідок знань персоналу, прихильності покупців, тривалих тренувань та навчання тощо, то здатність контролювати їх підприємством є складною для досягнення на відміну від очікуваних економічних вигід. З іншого боку, економічні вигоди від витрат на підвищення кваліфікації персоналу підприємство не може контролювати внаслідок мобільності працівників, невіддільності знань від людини і можливості зміни роботи [18, с. 219–220].

Підхід, запропонований у П(С)БО та МСФЗ, передбачає визнання в бухгалтерському обліку та відображення у фінансовій звітності гудвілу лише як результату процесів придбання й об'єднання підприємств, згідно з яким покупець сплачує премію за сукупність якостей, якими володіє об'єкт придбання порівняно з іншими підприємствами.

Внутрішньо створений гудвіл не може бути визначений за допомогою бухгалтерського обліку та показаний як актив у балансі підприємства, оскільки неможливо достовірно визначити собівартість, розпізнати окремо від інших ресурсів, контролювати підприємством.

Водночас гудвіл стає все більш важливим через свою нематеріальну природу. Гудвіл значно впливає на вартість підприємства, яку не так просто виокремити та оцінити. Гудвіл потребує аналізу та відображення із застосування теоретично надійного й

особливо структурованого підходу [12, с. 97–98].

Більшість вітчизняних науковців у своїх дослідженнях розглядають можливість відображення внутрішньо створеного гудвілу як важливої інформації, необхідної користувачам фінансової звітності для прийняття рішень. Категорію «гудвіл» пов'язують передусім з розвитком інтелектуального капіталу.

В. Діба вважає, що «основою гудвілу є майбутні вигоди за моделлю запровадження інтелектуального капіталу бізнесу». Серед суттєвих недоліків науковець також виокремлює нерозкриття або некоректне відтворення в бухгалтерському обліку компонентів інтелектуального капіталу [10, с. 31–33].

Л. Городянська визначає гудвіл як сукупність ідентифікованих і неідентифікованих нематеріальних об'єктів, створених завдяки використанню інтелектуальних ресурсів підприємства. Ефективне використання інтелектуального потенціалу сприятиме зміцненню ділової репутації та зростанню вартості внутрішньо генерованого гудвілу, що потім виражається у прибутку підприємства [9, с. 47].

Термін «гудвіл» не зводиться лише до понять ділової репутації, престижу підприємства, торгової марки, ціни, зв'язків тощо. Через те, що ці категорії мають більшою мірою умовну вартість, вони дуже близькі та взаємопов'язані, проте є самостійними [19, с. 213].

Досліджуючи сутність внутрішньо створеного гудвілу підприємства як нематеріального активу та об'єкта бухгалтерського обліку, В. Травін обґрунтовує необхідність відображення в обліку та фінансовій звітності підприємства інформації про цей вид активу, наводить класифікацію внутрішньо створеного гудвілу та пропонує застосування окремого субрахунку 194 «Внутрішній гудвіл» [20, с. 196].

Науковці виокремлюють різні методи оцінки внутрішньо створеного гудвілу (табл. 2), проте вони дають можливість оцінки лише вартості окремих його елементів [20, с. 193–194; 12, с. 98].

Для відображення в бухгалтерському обліку внутрішньо створеного гудвілу підприємства слід застосовувати підхід, який передбачає капіталізацію гудвілу з подальшою необхідністю нарахування на нього амортизації. В. Травін пропонує застосовувати методи нарахування амортизації, передбачені в П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [20, с. 196]. Автор також вважає потрібним внести зміни у розкриття інформації про витрати, які відповідно до чинної ме-

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВНУТРІШНЬО СТВОРЕНОГО ГУДВІЛУ

№ з/п	Назва методу	Коротка характеристика методу
1	Метод надлишкового прибутку	Ґрунтується на порівнянні рентабельності чистих активів підприємства із середньою рентабельністю чистих активів на фінансовому ринку або по галузі
2	Альтернативний метод	Передбачає розрахунок величини гудвілу як різниці між вартістю підприємства з припущенням, що воно має у власності невідчутні активи та використовує їх у діяльності, та вартістю підприємства з припущенням, що воно є власником тих самих невідчутних активів
3	Метод вартості торговельної марки	Гудвіл розраховують через дисконтування прогнозованих і постпрогнозованих потоків прибутку, генерованих гудвілом
4	За допомогою показника ділової активності	До показника середньорічного обсягу продажу застосовують коефіцієнт, який визначають емпірично виходячи з аналізу угод купівлі-продажу за однорідними підприємствами
5	Залишковий метод	Вартість придбаного гудвілу оцінюють за міжнародними стандартами обліку, тобто гудвіл дорівнює різниці вартості придбання і справедливої вартості придбаних чистих активів
6	Розрахунок коефіцієнта Д. Тобіна	Відображує співвідношення ринкової вартості компанії та відновлювальної вартості її активів

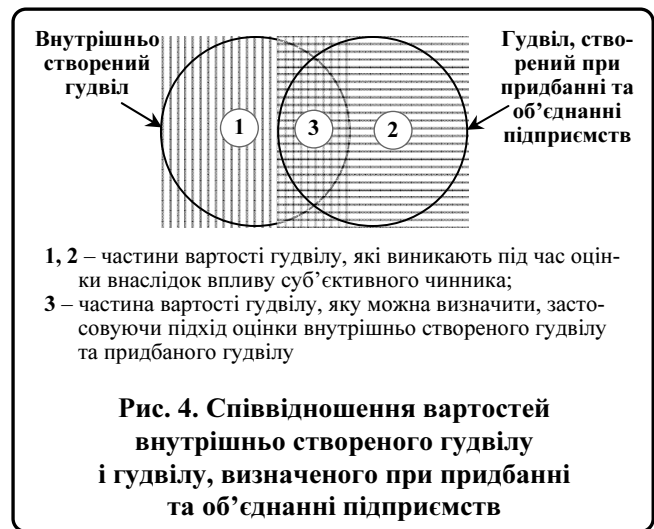
тодики обліку відображують у складі адміністративних витрат та витрат на збут, капіталізувати у складі внутрішнього гудвілу як активу. Передусім така думка ґрунтується на тому, що витрати, пов'язані з набуттям, підвищенням та покращенням економічних та інших привілеїв, ділової репутації, іміджу (створеного персоналом), ділових зв'язків, передбачають довгостроковий ефект. Тому такі витрати не можуть бути списані як витрати періоду, а мають відображатися в обліку та фінансовій звітності як актив [20, с. 197].

Проте слід зазначити, що вартість внутрішнього створеного гудвілу важко оцінити за витратами на його створення. Понесені витрати на підготовку і перепідготовку кадрів, на дослідження ринку та просування продукту на ньому, на створення і розвиток торгових марок, бренду тощо насамперед створюють певний очікуваний ефект, що може бути більшим або меншим за суму вартості витрат. Однак очікування можуть не виправдатись, ефект від вкладень може створити більші або менші вигоди для підприємства, а отже, вартість внутрішнього створеного гудвілу оцінюватиметься на основі ефекту від здійснення витрат. Існує ймовірність значного впливу суб'єктивного чинника під час подібного оцінювання.

Річ у тім, що витрати не відразу втілюють у собі ефект від їх здійснення. Внаслідок цього не може йти мова про виникнення гудвілу одночасно із витратами, тому в обліковій практиці вони підлягають списанню у відповідному періоді. Разом з тим у момент, коли можливо визначити виникнення внутрішнього створеного гудвілу та його вплив на прибуток, уже важко або неможливо оцінити

витрати, пов'язані з його створенням. Тому одним із шляхів вирішення питання щодо розкриття внутрішнього створеного гудвілу в звітності можуть бути фіксація та накопичення інформації про такі витрати в примітках до фінансової звітності. Ефект від цих витрат слід оцінювати на предмет посилення або послаблення стосовно прибутковості підприємства.

Під час оцінювання внутрішнього створеного гудвілу та гудвілу, який виникає при придбанні та об'єднанні підприємств, суттєвим є вплив суб'єктивного чинника (рис. 4).



Стосовно гудвілу для користувачів фінансової звітності актуальними є такі аспекти:

- до укладення угоди про придбання та об'єднання підприємств необхідно знати вартість та особливості внутрішнього створеного гудвілу підприємств, що об'єднуються;

- після завершення угоди важливою є інформація про гудвіл, створений у результаті придбання та об'єднання підприємств, а також про сукупний гудвіл об'єднаних підприємств.

Тому для потреб відображення в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності всіх аспектів гудвілу при придбанні й об'єднанні підприємств потрібно розкривати інформацію про сукупний гудвіл, який складається із внутрішньо створених гудвілів покупця та об'єкта придбання і придбаного гудвілу.

Згідно з бухгалтерським підходом кожне з підприємств до об'єднання є окремою економічною одиницею, що генерує прибуток та володіє певною величиною внутрішньо створеного гудвілу, незалежно від того, як відбувається процес придбання та об'єднання і в якій організаційній формі існують об'єднані підприємства, де відповідно до бухгалтерського підходу визнається частина внутрішньо створеного гудвілу придбаного підприємства (тобто однієї із сторін) і відображується на субрахунку 191 «Придбаний гудвіл» в обліку підприємства-покупця. Тобто відповідно до чинних П(С)БО та МСФЗ внутрішньо створений гудвіл покупця не визначається і не знаходить свого відображення у фінансовій звітності.

Якщо об'єднані підприємства розглядати як одну економічну одиницю, то у звітності розкривається інформація про гудвіл лише частини такого об'єднання. Можна дійти висновку, що сума вартості внутрішньо створеного гудвілу об'єкта придбання та очікування від синергії знаходять своє відображення як актив, а сума вартості внутрішньо створеного гудвілу покупця залишається невизнаною. Отже, користувач фінансової звітності втрачає можливість належним способом оцінити стан та перспективи об'єднаних підприємств.

Більшість дослідників наголошують на наявності позитивного взаємозв'язку між розкриттям гудвілу та ринковою вартістю підприємств, тому відображення внутрішньо створеного гудвілу в бухгалтерському обліку та у фінансовій звітності дасть важливу інформацію користувачам для прийняття відповідних рішень.

У науковій літературі розглянуто різні підходи до відображення внутрішньо створеного гудвілу в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності:

- на балансових рахунках – активів [20, с. 196–197] та витрат [17; 16; 9, с. 46–47];

- на позабалансових рахунках [6, с. 139];

- у примітках до звітності [15, с. 4].

Сукупний гудвіл, яким володіють об'єднані підприємства після завершення процесів придбання та об'єднання підприємств, становить суму внутрішньо створених гудвілів, ефект від синергії та суму переплати. Тоді гудвіл, що виникає внаслідок придбання та об'єднання підприємств, становитиме лише суму переплати і ефект від синергії.

Під час злиття підприємств (зі створенням нової юридичної особи) або приєднання одного до іншого (залишається одна юридична особа) внутрішньо створені гудвіли підприємств також об'єднуються. Проте всі компоненти, які містить у собі внутрішньо створений гудвіл кожного з підприємств, що об'єднуються, мають бути переглянуті. Якщо під час об'єднання підприємств гудвіли мають подібні за якістю компоненти, то швидше за все вони не приведуть до сумарного ефекту, а проявлятимуться як коефіцієнти, які відображатимуть ефект.

У разі, якщо в результаті придбання й об'єднання підприємств встановлюються відносини контролю та залежності між підприємством-покупцем (материнським підприємством) та об'єктом придбання (дочірнім підприємством), при повному придбанні (100% часток участі), внутрішньо створені гудвіли слід відображувати у звітності кожного підприємства, а придбаний гудвіл – у балансі підприємства-покупця. В консолідованій звітності потрібно відображувати повну вартість сукупного гудвілу.

Якщо придбання й об'єднання підприємств відбувається внаслідок придбання частки участі, меншої ніж 100%, але достатньої для встановлення відносин контролю, то в індивідуальній звітності підприємств вартість внутрішньо створеного гудвілу буде незмінною, а в балансі покупця буде визнано гудвіл, створений при придбанні та об'єднанні. У консолідованій звітності групи слід розкривати інформацію про повну вартість внутрішньо створеного гудвілу покупця, вартість гудвілу, що виникає під час придбання та об'єднання підприємств, і про частину вартості внутрішньо створеного гудвілу об'єкта придбання відповідно до частки участі покупця.

При поетапному придбанні виникає ситуація, коли здійснюється серія операцій з придбання часток участі. МСФЗ 3 передбачає, що гудвіл має визнаватися на дату операції, за якою покупець отримує контроль над об'єктом придбання. До цього

моменту покупець придбає лише фінансові інвестиції, які не надають йому права контролю за діяльністю та вигодами об'єкта придбання і класифікуються як фінансові інвестиції відповідно до обсягу часток участі та умов володіння. Покупець повинен розглядати всі умови та факти, які свідчать про встановлення відносин контролю та залежності між підприємствами.

На дату виникнення відносин контролю (яка відповідно буде датою придбання) покупець має переоцінити всі елементи розрахунку гудвілу за справедливою вартістю.

Необхідним є створення та розробка обліково-аналітичної моделі для відображення в бухгалтерському обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації про елементи гудвілу як активів, зокрема внутрішньо створеного гудвілу підприємства та гудвілу, що виникає під час придбання й об'єднання під-

приємств, з метою забезпечення користувачів повними даними про стан та перспективи підприємств окремо і об'єднаних підприємств. На сьогодні першим кроком може бути розробка вимог до розкриття інформації про ефект від внутрішньо створеного гудвілу у примітках до фінансової звітності. Така інформація є більш описовою, а не кількісною. У разі об'єднання підприємств вона має бути подана у взаємозв'язку з гудвілом, створеним під час придбання та об'єднання підприємств. Обов'язково має накопичуватись інформація про витрати, здійснені та пов'язані із внутрішньо створеним гудвілом. Має також розкриватись інформація, пов'язана не тільки з економічним ефектом (що виражається у прибутковості підприємства), а й певними соціальними ефектами. Адже, наприклад, прихильність споживачів до певної марки, бренду, виду продукції спричинює певні соціальні зміни.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підходів до визначення сутності поняття «гудвіл» як складної категорії бухгалтерського обліку та звітності дає можливість дійти таких висновків.

1. Гудвіл – актив, нематеріальний за природою та невіддільний від підприємства, виражений як ефект внаслідок минулих дій і подій, що втілює в собі певні економічні та соціальні вигоди у майбутньому.

2. Під час здійснення процесів придбання та об'єднання підприємств необхідним є визначення сукупного гудвілу об'єднаних підприємств, який включає в себе внутрішньо створений гудвіл покупця, внутрішньо створений гудвіл об'єкта придбання та гудвіл, що виникає в результаті синергії та переплати.

3. Оскільки на сьогодні концептуальні основи не передбачають розкриття в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності інформації про повний сукупний гудвіл, зокрема такої його частини, як внутрішньо створений гудвіл підприємств, що об'єднуються, необхідною є розробка універсального підходу до визнання й оцінки такого гудвілу.

4. Унаслідок того, що гудвіл впливає на вартість підприємств, необхідним є розкриття інформації про внутрішньо створений гудвіл у фінансовій звітності. Першим кроком вирішення цього питання може стати відображення такої інформації у примітках до фінансової звітності.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. *Mergers and Acquisitions Review*. Full Year 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q08_globalma_financial_advisory.pdf

2. *Mergers and Acquisitions Review*. Full Year 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q09%20MA%20Financial%20Advisory%20Review.pdf>

3. *Mergers and Acquisitions Review*. Full Year 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/Global_MA_%20Financial_Review.pdf

4. *Mergers and Acquisitions Review*. Full Year 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q11_MA_Financial_Advisory_Review.pdf

5. *Castedello M.* Intangible Assets and Goodwill in the context of Business Combinations / Marc Castedello, Christian Klingbeil [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Intangible-assets-and-goodwill.pdf>

6. *Вакун О.В.* Гудвіл як об'єкт бухгалтерського обліку: сутність, класифікація, шляхи розвитку / О.В. Вакун // Інноваційна економіка. – 2010. – № 6 (25). – С. 135–141.

7. *Положення* (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.07.99 р. № 163: станом на 10.01.2012 р. [Електронний ресурс] / Законодавство України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>
8. *Міжнародний* стандарт фінансової звітності 3 «Об'єднання бізнесу» [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/320316/file/IFRS%2003.pdf>
9. *Городянська Л.* Гудвіл та відтворювані інтелектуальні ресурси / Л. Городянська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 5. – С. 42–49.
10. *Діба В.* Концепції гудвілу та інтелектуальний капітал / В. Діба // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 3. – С. 31–34.
11. *Подольна В.В.* Концептуальні основи гудвілу як нематеріального активу підприємства / В.В. Подольна // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 6. – С. 207–211.
12. *Чумак О.В.* Гудвіл в обліковій системі підприємства: теоретико-прикладний аспект / О.В. Чумак // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2009. – №4 (45). – С. 95–99.
13. *Zanoni Andrea Beretta.* Accounting for Goodwill / Andrea Beretta Zanoni. – NY: Taylor&Francis, 2009. – 717 p.
14. *Bragg Steven M.* Interpretation and Application of GAAP 2011 / Steven M. Bragg. – John Wiley & Sons, Inc. – 2010, 1351 p.
15. *Уманців Г.* Концептуальні підходи до обліку та оцінки нематеріальних активів, придбаних при об'єднанні бізнесу / Г.Уманців // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 2. – С. 3–11.
16. *Міжнародний* стандарт фінансової звітності 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/320380/file/IAS%2038.pdf>
17. *Положення* (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 18.10.99 р. № 242: станом на 10.01.2012 р. [Електронний ресурс] / Законодавство України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
18. *Mackenzie* Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards 2012 / Bruce Mackenzie, Danie Coetsee, Blaise Colyvas, Tapiwa Njiki-zana, Raymond Chamboko, Brandon Hanekom. – John Wiley & Sons, Inc. – 2012. – 995 p.
19. *Хортюк О.В.* Співвідношення понять «ділова репутація», «гудвіл», «імідж», «престиж», «реноме» / О.В. Хортюк // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 4. – С. 211–214.
20. *Травін В.В.* Особливості організації бухгалтерського обліку внутрішнього гудвілу як прояву соціального капіталу на мікроекономічному рівні / В.В. Травін // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2010. – № 2 (52). – С. 192–199.
21. *Костюченко В.М.* Консолідована фінансова звітність: міжнародний досвід та практика України: [навч.-практ. посіб.] / В.М. Костюченко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 528 с.
22. *Catty James P.* Guide to Fair Value under IFRS / James P. Catty. – John Wiley & Sons, Inc. – 2010, 590 p.
23. *Epstein Barry J.* Interpretation and Implementation of International Financial Reporting Standards 2010 / Barry J. Epstein, Eva K. Jermakowicz. – John Wiley & Sons, Inc. – 2010. – 1328 p.
24. *Nandakumar A.* Understanding IFRS Fundamentals / A. Nandakumar, Dr. T.P. Ghosh, Kalpesh J. Mehta, Dr. Yass A. Alkafaji. – John Wiley & Sons, Inc. – 2010. – 414 p.

В статье проанализированы подходы отечественных и зарубежных ученых к определению категорий «гудвилл», «внутренний гудвилл» и «приобретенный гудвилл», а также природе этих понятий. Проведено исследование основных характеристик, особенностей оценки и раскрытия информации о гудвилле как активе в бухгалтерском учете и финансовой отчетности при приобретении и объединении предприятий.

Ключевые слова: гудвилл, положительный и отрицательный гудвилл, внутренний гудвилл, приобретенный гудвилл, приобретение и объединение предприятий, метод приобретения.

The analysis of the main approaches of Ukrainian and foreign scientists to the essence of categories «goodwill», «internally generated goodwill» and «acquired goodwill» is made in the article. The main characteristics of goodwill as an asset, particularities of its valuation, accounting and disclosure in financial statements during mergers and acquisitions are investigated.

Keywords: goodwill, positive goodwill, negative goodwill, internally generated goodwill, acquired goodwill, mergers and acquisitions, IFRS, acquisition method.