

ГУДВІЛ ЯК ЕКОНОМІЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто різні підходи до визначення поняття гудвілу. Визначено основні складові та економічну сутність гудвілу.

Ключові слова: гудвіл, нематеріальні активи, ринкова вартість, конкурентні переваги

Abstract

Different approaches to the definition of the goodwill are considered. The basic components and economic elements of the goodwill are determined.

Key words: goodwill, intangible assets, market value, competitive advantages

Ще з глибокої древності, гудвіл був пов'язаний з діловою репутацією окремої особи - чесного та продуктивного працівника [1]. Репутація окремих осіб мала важливе значення, оскільки саме від неї залежала репутація їх бізнесу, тобто того, чим вони займалися і заробляли собі на життя. З розвитком торгівлі ділова репутація вийшла «із тіні» і її важливість дуже швидко почала зростати до рівня на якому гудвіл формує вартість підприємства [1].

Гудвіл є одним із ключових чинників формування ринкової вартості та показників інвестиційної привабливості підприємства. Внутрішньо створений гудвіл втілює у собі нематеріальні складові, цінність яких для підприємства дуже велика.

Досить важливим в сучасних умовах залишається питання вимірювання, оцінки та обліку реального ринкового інтелектуального капіталу в системі обліку підприємства. Саме це забезпечує конкурентоздатність товарів і послуг і стає таким чином вирішальним фактором економічного розвитку в ХХІ столітті. Знання принципів ефективного управління інтелектуальною власністю дадуть змогу тим, хто обслуговує бізнес краще розуміти спосіб, у який інтелектуальна власність може приносити бізнесові додатковий прибуток [2-3].

Однією із останніх тенденцій вітчизняної економіки є зростання кількості угод з придбання та злиття підприємств. Відображення цих процесів в обліку пов'язане з виникненням такого об'єкта обліку, як гудвіл, що становить собою набуті економічні вигоди, не відображені в обліку придбаного підприємства та втілені у нематеріальних чинниках формування ринкової вартості останнього. Гудвіл набуває ознак активу з можливістю його достовірної оцінки лише в разі придбання підприємства як цілісного майнового комплексу. Проте він створюється всередині підприємства впродовж багатьох років на основі знань, зв'язків, сучасних інформаційних, виробничих і збутових технологій та інших чинників його майбутніх конкурентних переваг [2-7].

Гудвіл (вартість ділової репутації) – це 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 [4].

В економічній літературі під гудвілом розуміють сукупність нематеріальних чинників (активів), наявність яких забезпечує конкурентні переваги для підприємств і дає можливість отримувати додатковий дохід, тобто переваги, що не відображені в обліку. До основних складових гудвілу належать технології, ноу-хау, фірмові найменування, компетенція та знання персоналу, бази даних, місце розташування, зв'язки [3,8,9].

Поняття «гудвіл», як зазначається [3,6], складається з наступних видів нематеріальних активів підприємства:

- торгові марки;

- заголовки та назви видань;
- комп'ютерне програмне забезпечення;
- ліцензії та привілеї;
- авторські права, патенти та інші права інтелектуальної власності, права на обслуговування та експлуатацію;
- рецепти, формули, моделі, проекти та прототипи;
- нематеріальні активи на етапі розробки та багато інших[3,6].

При визнанні гудвілу активом, його можна ідентифікувати як позитивний та негативний. Позитивний гудвіл є ціною, яку покупець готовий заплатити за підприємство, понад справедливую вартість його чистих активів, а негативним гудвілом є перевищення вартості частки покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів та зобов'язань над вартістю придбання на дату покупки [10-11].

Економічна сутність гудвілу в сучасному розумінні полягає в тому, що він є унікальним об'єктом, який дозволяє фірмі генерувати додаткові доходи. Іншими словами, гудвіл - це незримо існуюча вартість. Якби поточний бухгалтерський облік міг у своїх підсумках відображати ринкову вартість не просто своїх активів, а ринкову вартість самого підприємства, ніякого гудвілу не було б. Але таких можливостей немає, оскільки немає об'єктивно існуючого гудвілу. Він виникає завдяки ілюзіям щодо оцінки певного майнового комплексу, що дійсно існує [1].

Висновки: Виходячи з проведених досліджень можна зробити висновок про те, що гудвіл є важливим нематеріальним активом, та, водночас, складною економічною категорією і може виступати основним капіталоутворюючим фактором розвитку бізнесу. Тому, правильна оцінка та облік і ефективне використання гудвілу має бути перспективним напрямком діяльності вітчизняних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.
2. Галина Уманців. Внутрішній гудвіл підприємства Економічна природа, проблеми оцінки та обліку., Електронний ресурс. [Режим доступу]: - http://tm-logos.com.ua/stattia_2.html
3. Ридзевська О. В. Поняття гудвілу та характеристика його складових / О. В. Ридзевська, А. В. Сало // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2012. - Вип. 22(2). - С. 349-352.
4. Податковий кодекс України, затверджений Верховною Радою України від 02.12.2010 № 2755- VI, зі змінами та доповненнями.
5. Валентина Гагаш. Багатоликий гудвіл. «Дзеркало тижня» №39, 07 жовтня 2000, 00:00 Електронний ресурс. [Режим доступу]: - http://dt.ua/SCIENCE/bagatolikiy_gudvil-22104.html/
6. Л. Сук, П. Сук. Облік нематеріальних активів. Бухгалтерія в сільському господарстві. Серпень 2011., №15-16. Ст. 45.
7. Гудвіл Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. Електронний ресурс. [Режим доступу]: - <http://uk.wikipedia.org/wiki/ry^Bm>.
8. Соколов Я.В., Пятав М.П. Гудвилл: «новая» категория бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. - 1997. - №2. - С. 46.
9. Самсонов В., Марченко С. Как оценить гудвилл / Журнал «Финансовый директор». - 2004. - № 2 / <http://www.fd.ru>.
10. Касич А. О. Теоретичні та методичні основи оцінки та обліку гудвілу підприємства / А. О. Касич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. - 2015. - Вип. 1(2). - С. 28-32.
11. Попова А. А. Особливості визнання, оцінки та обліку гудвілу / А. А. Попова // Проблеми та перспективи економіки і управління. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 13-14 грудня 2013 року). – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. – с. 88-90.

Табаків Богдан Вікторович – студент групи ІІМ-146, факультет машинобудування та транспорту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tabakovbogdan@ukr.net

Руда Лілія Петрівна – к.е.н., ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: rudalist_ok@ukr.net.

Tabakov Bogdan V. – student, department of Machine Building and Transport, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: tabakovbogdan@ukr.net

Ruda Lillia P. – Cand. Sc. (Eng), senior lecturer of the Department of the economic enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: rudalist_ok@ukr.net.