

ОБЛІК І ОЦІНКА АКТИВІВ, НЕВІДОБРАЖЕНИХ В БАЛАНСІ ПІДПРИЄМСТВА

ОСЕТРОВА О.П., старший викладач, Київський інститут бізнесу і технологій

Висвітлено поняття нематеріальних активів, гудвілу і їх вартості. Розглянуто українські і міжнародні стандарти і положення, які на законодавчо-нормативному рівні врегульовують визначення активів цього виду. Проаналізовано методи розрахунку вартості гудвілу для постановки його на баланс підприємства.

The given article is focused on problems of record and estimation of assets, which are not reflected in the balance of an enterprise. Notions of non-material assets, goodwill and their value are defined. Ukrainian and international standards and regulations are studied, which assist in regulating the work in the definition and recognition assets of the given type on legislative level. Methods of calculation of the value of goodwill for putting it on the balance are described.

Постановка проблеми. З розвитком і стабілізацією ділового клімату і ринкових відносин в Україні все більша кількість підприємств переходить на новий, якісно вищий рівень свого розвитку, коли ділова репутація є якщо не найважливішим, то, одним з основних активів компанії.

Оцінюючи українські підприємства, потенційні інвестори і партнери все частіше звертають увагу не на ціну устаткування або будівель, а на вартість нематеріальних активів компанії. І це загальносвітова тенденція. За даними компанії “Ernst&Young”, в структурі власності найбільших світових корпорацій нематеріальні активи вже становлять більше половини загальної вартості компанії, незалежно від сфери діяльності. Відповідно оцінка і використання нематеріальних активів, які має в своєму розпорядженні підприємство, є одним з шляхів капіталізації бізнесу. Тому при продажі бізнесу, покупці готової фірми, злитті й поглинаннях, врешті-решт для грамотного управління вартістю підприємства потрібно знати ціну його нематеріальних активів.

Метою статті є розгляд, аналіз і визнання обліку та оцінки активів підприємства, що невраховані в балансі, для вдосконалення і впровадження методів оцінки нематеріальних активів та найбільш цікавого і водночас невідчутного активу, який здатний змінювати вартість підприємства, – гудвілу.

Виклад основного матеріалу. Щоб збільшити вартість бізнесу у декілька разів іноді досить взяти на баланс вже існуючі нематеріальні активи (НМА). У свою чергу, нематеріальні активи є одним з найбільш складних об'єктів обліку. Основні проблеми пов'язані з оцінкою деяких видів НМА, способами їх придбання, прийняття на облік, амортизації, списання з балансу. Особливе місце серед проблем, пов'язаних з об'єктами НМА, займають питання гудвілу (*goodwill*).

Всі НМА підприємства, в тому числі ті, що невідображені на балансі, поділяються на : нематеріальні об'єкти, що ідентифікуються, в тому числі об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ);

гудвіл – неідентифіковані нематеріальні об'єкти.

Гудвіл, в свою чергу, поділяється на гудвіл підприємства і персональний гудвіл. Але останній не є предметом розгляду у даній статті.

Гудвіл можна визначити, як сукупність елементів бізнесу, яка приносить прибуток більший того, який дають всі ідентифіковані і окремо оцінені активи підприємства, враховуючи нематеріальні.

Гудвіл підприємства включає в себе досвід управління підприємством; рівень кваліфікації персоналу, стратегічне положення на ринку; наявність стабільних покупців; наявність постійних постачальників; кредитоспроможність підприємства; вигідне географічне положення; рівень цін на товари і послуги; якість продукції і послуг; ділові зв'язки; репутацію та інші фактори, що забезпечують підприємству вищий рівень прибутку у порівнянні з аналогічними підприємствами, які поступаються йому в зазначених характеристиках.

Таким чином, гудвіл – це комплекс заходів, направлених на збільшення прибутку підприємств без відповідного збільшення активних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючу позицію на ринку продукції (робіт, послуг), нові технології [4].

Згідно П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» не поширюється на гудвіл та операції з НМА, особливості обліку яких визначаються іншими положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, а саме П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств».

Згідно із П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», гудвіл – перевищення вартості придбання над часткою покупця в справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання. «Перевищення вартості частки покупця в справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов'язань над вартістю придбання на дату придбання» має характеризуватися як негативний гудвіл [2].

Ці визначення повністю відповідають визначенням гудвілу у МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу». В документах МСФЗ (IFRS) і П(С)БО 19 при визначенні вартості гудвілу (в тому числі і негативного) у основу розрахунків покладена «справедлива вартість активів і зобов'язань».

Бухгалтерський облік *НМА* ведеться щодо кожного об'єкта за такими групами:

- право користування природними ресурсами;
- право користування майном; право на комерційні позначення;
- права на об'єкти промислової власності; авторське право та суміжні з ним права;
- незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи;
- інші нематеріальні активи (право на впровадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо) [1].

Придбаний або отриманий нематеріальний актив відображається в балансі, якщо існує імовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та його вартість може бути достовірно визначена.

Нематеріальний актив, отриманий в результаті розробки, слід відображати в балансі за умов, якщо підприємство має:

- намір, технічну можливість та ресурси для доведення нематеріального активу до стану, у якому він придатний для реалізації або використання;
- можливість отримання майбутніх економічних вигод від реалізації або використання нематеріального активу;
- інформацію для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою нематеріального активу [1].

Відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності *НМА* поділяють на п'ять основних видів:

- пов'язані з клієнтами – списки клієнтів і клієнтські контракти;
- пов'язані з технологіями – технології, патенти, програмне забезпечення, бази даних, ноу-хау;
- пов'язані з контрактами – ліцензії, роялті, ліцензійні договори і договори франчайзингу, право користування ресурсами (водними, повітряними, мінеральними і т.д.), трудові договори;
- пов'язані з маркетингом – права на знаки для товарів і послуг, угоди про відмову від конкуренції;
- пов'язані з мистецтвом – літературні, художні і музичні твори, видео- і аудіовізуальні матеріали.

Виділяється також окрема група – *НМА*, які не ідентифікуються. До них в першу чергу відносять гудвіл [5].

Неважко помітити, що міжнародні і вітчизняні стандарти дещо відрізняються в частині класифікації *НМА*. В Україні до *НМА* не відносяться такі об'єкти, як клієнтські контракти і трудові договори. З іншого боку, вітчизняні підприємці можуть віднести до *НМА* незавершені капітальні інвестиції в *НМА*, тобто засоби, вкладені в придбання, створення або модернізацію *НМА*. Правда і тут є виключення. Так, витрати, понесені при створенні торгової марки, інвестицією в *НМА* не вважаються, а засоби, вкладені в створення, наприклад, бази даних, ще до її остаточного оформлення можуть вважатися капітальною інвестицією в *НМА* і відображатися в окремому рядку в бухгалтерському обліку підприємства.

Крім того, українські бізнесмени, на відміну від своїх західних колег, мають право ставити на баланс і амортизувати самостійно створений *НМА*. Але в цьому випадку балансова вартість активу визначатиметься витратним методом, тобто витратами, фактично понесеними підприємством на створення такого активу.

Згідно МСФЗ (IFRS), нематеріальний актив, створений усередині компанії, не може бути поставлений на баланс. Наприклад, вартість торгової марки *Coca-Cola* в десятки разів перевищує вартість всіх матеріальних активів самої компанії, але в баланс компанії вона не включена. *НМА* можуть бути поставлені на баланс лише в декількох випадках:

- при покупці нематеріального активу, наприклад патенту або торгової марки у іншого підприємства;
- при внесенні цього активу до статутного фонду створюваного підприємства.
- при покупці бізнесу як такого з усіма матеріальними і нематеріальними активами.

Крім того, для постановки на баланс необхідно ще дві обов'язкові умови: можливість виділення *НМА* як окремого активу і можливість визначення його вартості. Іншими словами, поставити на баланс підприємства такий *НМА*, що не ідентифікується, як гудвіл, не можна, оскільки він не відокремлюється від компанії і оцінити його вартість практично неможливо.

Отже, вартість *НМА* – це різниця між ринковою вартістю дочочого підприємства і вартістю матеріальних активів, а вартість гудвілу – між ринковою вартістю дочочого підприємства і матеріальними та нематеріальними ідентифікованими активами підприємства. Гудвіл може бути оцінений, але його не можна продати або передати окремо від підприємства, оскільки він не відчужуваний і не належить підприємству на правах власності. Водночас, відповідно до міжнародних і українських норм, гудвіл, створений всередині підприємства, не визнається як актив і не може бути поставлений на баланс підприємства, оскільки передбачається, що він неідентифікується і не може бути надійно оцінений.

У випадку, якщо підприємством була здійснена купівля іншого підприємства, гудвіл придбаного підприємства може стати об'єктом бухгалтерського обліку і може бути поставлений на баланс.

Гудвіл в бухгалтерському обліку і практиці експертної оцінки значно розрізняється. У бухгалтерському обліку всі операції, пов'язані з розрахунком вартості гудвілу з метою постановки на баланс проводяться після придбання одного підприємства іншим. Експертна оцінка здійснюється до проведення угоди з метою розрахувати реальну ринкову ціну того додаткового прибутку, який формує гудвіл підприємства.

Складність експертної оцінки ділової репутації пов'язана з необхідністю виділення із неї вартості торгової марки, фірмового стилю та інших елементів, які зазвичай є складовими гудвілу.

У бухгалтерському обліку зарахований на баланс гудвіл в подальшому оцінюється на наявність ознак можливого зменшення його корисності в порядку, передбаченому П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів».

Відповідно до МСФЗ (IFRS) 3 «Об'єднання бізнесу» після первинного визнання гудвіл оцінюється за фактичною вартістю за мінусом накопичених збитків від знецінення. Гудвіл не амортизується, а тестується на знецінення відповідно до МСФЗ (IAS) 36 «Знецінення активів» щорічно.

Довгий час найпоширенішим варіантом подальшої оцінки гудвілу, як в українській практиці оцінки так і на міжнародному рівні, була його амортизація. Проте цей спосіб ставав предметом постійної критики, яка ґрунтувалася, головним чином, на двох істотних аргументах – складності та суб'єктивності при визначенні терміну амортизації і виборі методу амортизації. Величина терміну амортизації гудвілу варіюється в діапазоні від 5 до 40 років і більш. В Україні, наприклад, період амортизації гудвілу може набувати терміну 20 і більше років. В США довгий час цей період дорівнював 40 рокам.

На думку автора, труднощі у визначенні цієї величини виникають, насамперед, через те, що гудвіл є майбутніми економічними вигодами від синергії, тобто від активів, які можуть розглядатися лише у взаємодії. Тільки в тому випадку, якщо гудвіл пов'язаний з активом, що ідентифікується, можна з достатнім ступенем упевненості припускати, що він приносить прибуток протягом терміну, рівного часу використання цього активу. Проте, як правило, гудвіл асоціюється не з одним певним активом, а з групою тісно взаємозв'язаних активів.

Виходом з положення, що склалося, може стати тільки періодична переоцінка, методологію якої пропонує МСФО. Тестування гудвілу на предмет знецінення полягає в порівнянні відшкодуваної вартості придбаного гудвілу з його балансовою вартістю [5]. Проте очевидно, що проведення тестування на знецінення гудвілу на індивідуальній основі (тобто визначення відшкодуваної вартості гудвілу) неможливе. Для вирішення даної проблеми IAS 36 «Знецінення активів» вводить поняття одиниці, що генерує грошові кошти, і тестування гудвілу здійснюється на основі даних одиниць.

Одиниця, що генерує грошові кошти – це найменша група активів, яка за рахунок її використання створює приток грошових коштів, незалежно від притоку грошових коштів від інших активів або груп активів. Наприклад, корівник не зможе генерувати грошові кошти без корів, технічних засобів виробництва тощо, а окремий трактор – без набору сільськогосподарських машин та відпрацьованої технології.

Придбаний гудвіл є платою підприємства в очікуванні майбутніх економічних вигод від активів, які неможливо ідентифікувати і визнати окремо. Іншими словами, гудвіл не генерує грошових потоків незалежно від інших активів і часто позитивно впливає на грошові потоки від декількох одиниць. Саме тому відшкодувана вартість гудвілу як окремого активу не може бути визначена. І за

наявності ознак вірогідного знецінення гудвілу визначатиметься не його відшкодовувана вартість, а відшкодовувана вартість генеруючої одиниці, до якої цей гудвіл відноситься.

Тест на знецінення гудвілу проводять за формулою

$$PV = FV \cdot 1 / (1 + r) \cdot n, \quad (1)$$

де: PV – поточна вартість грошових потоків; FV – майбутня вартість грошових потоків; $1 / (1 + r) \cdot n$ – коефіцієнт дисконтування; r – відсоткова ставка по залучених чи розташованих ресурсах на аналогічний термін; n – період термінів.

Розрахунок і облік гудвілу згідно міжнародних стандартів здійснюється у декілька етапів:

- 1) визначення і облік сумарної величини дооцінки балансової вартості активів і пасивів до їх поточної ринкової вартості;
- 2) визначення ринкової вартості нетто активів;
- 3) розрахунок гудвілу як різниці між ціною придбання і ринковою вартістю нетто активів;
- 4) перевищення ціни покупки над ринковою вартістю відображається в балансі як актив, який тестується на знецінення протягом терміну корисної служби, що визначається керівництвом самої компанії;
- 5) у разі негативного гудвілу, різницю між ринковою і купівельною вартістю активів можна розглядати як дохід майбутніх періодів.

Надзвичайно важливою проблемою залишається оцінка вартості гудвілу. У балансі така величина з'являється тільки у разі придбання підприємства, а вартість ділової репутації компанії в балансі не відображається.

В Україні до цих пір не прийняті на законодавчому рівні стандарти з оцінки гудвілу. Тому при оцінці *НМА*, зокрема, гудвілу підприємства, пропонується користуватися такими документами, як Міжнародні Стандарти Оцінки, бухгалтерські стандарти, Норми професійної діяльності оцінювача УОО, «Порядок експертної оцінки нематеріальних активів», затверджений фондом державного майна України.

Розрізняють декілька підходів до визначення вартості гудвілу, які варто розглянути.

Відповідно до «Порядку експертної оцінки нематеріальних активів» експертна оцінка вартості нематеріальних активів, у тому числі й гудвілу, невідображених у бухгалтерському балансі, може бути визначена за формулою

$$C_{HMA} = B_{PP} / C_K - C_{ЦМК}, \quad (2)$$

де: C_{HMA} – вартість нематеріальних активів, невідображених в балансі підприємства; B_{PP} – балансовий прибуток підприємства після вирахування податку на прибуток; C_K – ставка капіталізації; $C_{ЦМК}$ – вартість цілісного майнового комплексу по балансу.

Цей метод, що застосовується для оцінки нематеріальних активів невідображених в балансі, базується на визначенні вартості підприємства методом прямої капіталізації прибутку за мінусом вартість підприємства по балансу.

У вітчизняній практиці застосовують також інші способи оцінювання вартості гудвілу компанії, наприклад з позицій надмірного прибутку. Цей методичний підхід припускає оцінку гудвілу як джерела додаткових надходжень прибутку і базується на методах оцінювання бізнесу.

Якщо виходити з припущення, що гудвіл – це ті нематеріальні активи, завдяки яким рентабельність окремого підприємства перевищує середньогалузеву рентабельність, то розглядаються підприємства однієї галузі, що мають рівні активи, однакову структуру, однаковий технічний рівень, але різну прибутковість активів. За цими підприємствами визначається середня рентабельність власного капіталу. Потім розраховується прибуток підприємства при середньому рівні рентабельності та віднімається з фактичного прибутку. Таким чином, визначається надмірний прибуток підприємства. Далі, методом капіталізації – діленням надмірного прибутку на коефіцієнт капіталізації – визначається вартість гудвілу.

Цей метод не складний в розрахунках, але, на думку автора, не достатньо точний, оскільки ставка капіталізації для оцінювання вартості гудвілу визначається виключно суб'єктивно, а це досить часто спотворює достовірність результатів. Оскільки в українській практиці оцінювання коефіцієнти прибутковості законодавчо не закріплені, то, з одного боку, це ускладнює проведення оцінки, а з іншого – ретельний відбір підприємств-аналогів для порівняння прибутковості дає можливість підвищити достовірність оцінки і уникнути допусків, властивих широким узагальненням.

Для використання ще одного методу оцінки гудвілу, а саме за обсягом реалізації, потрібно знати середньогалузеві коефіцієнти рентабельності. В цьому випадку вартість гудвілу компанії визначається за формулою

$$GV = (NOI - Q_f \cdot R_q) / R_g, \quad (3)$$

де: GV – вартість гудвілу компанії; NOI – чистий операційний дохід від діяльності компанії, що визначається шляхом відрахування від валового доходу операційних витрат і витрат на відшкодування (на поточний ремонт); Q_f – вартість реалізованої продукції; R_q – середньогалузевий коефіцієнт рентабельності реалізованої продукції; R_g – коефіцієнт капіталізації нематеріальних активів (відношення прибутку компанії до вартості нематеріальних активів, врахованих на балансі).

Для прикладу, обсяг відвантаженої продукції підприємства становить 200 тис. грн. Чистий операційний дохід дорівнює 40 тис. грн, рентабельність нематеріальних активів, або коефіцієнт капіталізації – 15 %. В результаті дослідження з'ясовано, що середня рентабельність аналогічної продукції становить 5 %. На підставі цих даних не складно розрахувати гудвіл, що становить $[(40 - 200 \times 0,05) / 0,15] = 200$ тис. грн.

Як і при використанні попереднього методичного підходу, головна проблема в застосуванні методу за обсягом реалізації пов'язана зі складністю інформаційного забезпечення для визначення коефіцієнта середньогалузевої рентабельності. Тому вибір методу оцінювання гудвілу залежить в першу чергу від доступності інформації, яка необхідна підприємству для розрахунків.

Висновки. Оцінювання нематеріальних активів, зокрема гудвілу, і використання його результатів в умовах ринку нині характеризується значною недосконалістю. Це пов'язано з відсутністю достовірної інформації про підприємства, що ускладнює роботу оцінювачів, а оцінка на підставі офіційної бухгалтерської звітності може бути в кілька разів нижчою за реальну вартість. Крім того, недостатність статистичних даних про угоди купівлі – продажу готового бізнесу не дає змоги проводити якісний порівняльний аналіз.

Відмінність між українським і міжнародним досвідом ведення бухгалтерського і податкового обліку щодо нематеріальних активів начебто невелика, але принципова. Тому багато українських компаній, особливо тих, що працюють із західними партнерами, вимушені вести одночасно три різні обліки – бухгалтерський і податковий за українськими стандартами, а також фінансовий – за міжнародними. Втім, незалежно від виду обліку, в якому відображається *НМА*, ключовим залишається питання про оцінку активу.

На багатьох підприємствах гудвіл є одним із значущих активів, проте ні керівництво, ні бухгалтери не можуть правильно його оцінити. Такий невідчутний актив, як ділова репутація, не достатньо вивчений, оскільки в структурі балансу компанії частка нематеріальних активів достатньо мала в порівнянні, наприклад, з часткою основних засобів виробництва. Як наслідок, даному виду активів не приділяється достатньої і належної уваги.

Практика показує, що нематеріальні об'єкти оцінюються значно рідше за об'єкти нерухомості, устаткування, бізнесу. Це зумовлено недостатнім розвитком методології оцінки гудвілу в Україні.

Норми МСФЗ і П(С)БУ 19 «Об'єднання підприємств» визначають, що внутрішньо створений гудвіл не повинен визнаватися активом. Внаслідок цього гудвіл відображається на балансі підприємства, що придбало інше. У підприємства, яке не купувало інших підприємств, не дивлячись на те, що воно володіє гудвілом, створеним всередині підприємства, на балансі даний вид активу відсутній. Відповідно, величина активів такого підприємства занижена. Результати фінансової діяльності підприємства спотворені, оскільки зміни, події за звітний період у вартості внутрішнього гудвілу, не враховуються.

На нашу думку, проблема розрахунку вартості внутрішньо створеного гудвілу з метою визнання його активом вирішується, якщо мова йде про підприємства, акції яких котируються на фондових ринках. По курсу акцій на певну дату можна визначити реальну вартість капіталу цього підприємства. Вартість гудвілу дорівнюватиме сумі вартості капіталу і зобов'язань мінус справедлива вартість активів. Оскільки український фондовий ринок слабо розвинений, питання обліку і оцінки гудвілу залишаються відкритими.

Варто виділити ще один вид нематеріального активу, про який, на жаль, практично не згадується, який важко оцінити, неможливо поставити на баланс, але який сильно впливає на вартість компанії у разі її купівлі – продажу. Мова йде про працівників компанії. Автор вважає, що саме персонал багато в чому визначає успіх будь-якого підприємства. Покупець платить не тільки за будь-які активи, у тому числі й матеріальні, а також за спеціально підготовлених людей, здатних ефективно

працювати і збільшувати прибуток придбаного підприємства. Зрозуміло, в чисто грошовому, кількісному вимірюванні, оцінити колектив практично неможливо. Проте існують способи оцінки значення персоналу для компанії і можна побічно встановити «ціну»персоналу. Але це тема вже іншого дослідження.

Помилки, допущені західними і українськими компаніями при визначенні вартості гудвілу, свідчать про необхідність вдосконалення методів його оцінювання і впровадження їх в практику. Ширшому застосуванню методичних підходів оцінювання гудвілу повинна також сприяти орієнтація керівників підприємства на збільшення його ринкової вартості як на одну з основних стратегічних цілей.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» : наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» : наказ Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності активів» : наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2004 р. № 817.
4. Порядок експертної оцінки нематеріальних активів : наказ ФДМУ від 27.07.1995 р. № 969/97.
5. Международные Стандарты Финансовой Отчетности (МСФО 3 «Объединение бизнеса», МСФО 36 «Обесценение активов», МСФО 38 «Нематериальные активы». – М. : Вершина, 2005. – 886 с.
6. Уманців Г. Облік гудвілу при придбанні підприємств / Г. Уманців // Дебет Кредит : український бухгалтерський тижневик. – 2001. – № 14. – С. 26–30.