

Історія розвитку гудвілу як облікової категорії та основні підходи до його визначення

Кучер С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і аудиту
Житомирського державного технологічного університету

Захаров Д.М.

магістрант обліково-фінансового факультету
Житомирського державного технологічного університету

У статті здійснено короткий опис історичного розвитку обліково-економічної категорії «гудвіл» та узагальнено основні підходи до його визначення. Визначено фактори впливу на розуміння гудвілу та встановлено основні підходи до визначення поняття «гудвіл», які використовувалися в ході еволюції даного поняття.

Ключові слова: гудвіл, репутація підприємства, нематеріальний актив, інвестор, об'єкт інвестування.

Kucher S.V., Zakharov D.M. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ГУДВИЛЛА КАК УЧЕТНОЙ КАТЕГОРИИ И ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ЕГО ОПРЕДЕЛЕНИЮ

В статье осуществлено краткое описание исторического развития учетно-экономической категории «гудвилл» и обобщены основные подходы к его определению. Определены факторы развития понятия гудвилла и установлены основные подходы к определению термина «гудвилл», которые использовались в процессе его эволюции.

Ключевые слова: гудвилл, репутация предприятия, нематериальный актив, инвестор, объект инвестирования.

Kucher S.V., Zakharov D.M. THE HISTORY OF DEVELOPMENT OF GOODWILL AS AN ACCOUNTING CATEGORY AND THE MAIN APPROACHES TO ITS DEFINITION

In the article the brief description of the historical development of accounting and economic category of "goodwill" has been done and the main approaches to its definition. The factors of the development of the concept of goodwill are determined and the basic approaches to the definition of the term "goodwill", which were used in the process of its evolution, are established.

Keywords: goodwill, enterprise reputation, intangible asset, investor, investment object.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема відображення в бухгалтерському обліку гудвілу завжди була об'єктом дискусій як на теоретичному, так і на емпіричному рівні. За всю історію існування даного поняття не досягнуто спільного його трактування, більше того, не було єдиного визначення гудвілу як об'єкта бухгалтерського обліку. Кожна країна має власні підходи до розуміння сутності даного поняття, які зазвичай є законодавчо визначеними, проте нині відсутній стандарт, який би уніфікував наявні підходи до розуміння, у тому числі й розрахунку, гудвілу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вагомий внесок у розв'язання проблем бухгалтерського обліку операцій з гудвілом зробили вітчизняні науковці: Ю.М. Бикова, М.Т. Білуха, Н.В. Генералова, С.Ф. Голов, Н.М. Грабова, В.Н. Добровський, В.І. Єфіменко, А.О. Карпичева, О.В. Кендюхов, М.Л. Пятов, Я.В. Соко-

лов, В.В. Травін, Г.В. Уманців, а також зарубіжні вчені: Л.Р. Діксі, Г. Кане, П.Д. Лік, А. Літтлтон, Ф. Мор, В. Петон, Г. Хетфілд та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у дослідженні еволюції поняття «гудвіл» і визначенні основних підходів до його розуміння та встановленні факторів, які здійснювали вплив на зміну даних підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перша згадка гудвілу датується 1571 р. Дане поняття використовувалося і раніше, однак у комерційному значенні і в тому уявленні, яке нині існує, термін *goodwill* виник у середині IV ст. Більшого поширення та використання на практиці гудвіл зазнав в XIX ст., оскільки він за своєю суттю є нематеріальним активом, а нематеріальні активи як категорія бухгалтерського обліку утворювалися в США та Великобританії, які на той час були найбільшими індустріальними країнами.

Наприкінці XIX ст. у цих країнах утворювався ринок інтелектуального капіталу, що було зумовлено різким підвищенням уваги науковців щодо дослідження нематеріальної частини вартості підприємства. Гудвіл визначався тоді як репутація підприємства та власника, а також як якість продукції. У ті часи найбільш розповсюдженою формою ведення бізнесу були невеликі підприємства, а об'єднання підприємств не були поширеними.

Першим, хто описав гудвіл як об'єкт бухгалтерського обліку, був Френсіс Мор. У 1891 р. він указував на те, що вартість гудвілу є розрахунковою величиною, яка знаходиться шляхом множення суми чистого прибутку на певний коефіцієнт. Також Ф. Мор вказував на те, що інвестор, вкладаючи свої кошти в розвиток підприємства, повинен отримати повернення інвестованого капіталу. При цьому сума повернення, своєю чергою, повинна бути настільки великою, щоб покрити ризики, які виникають під час інвестування. Виходячи з цього, можна зробити припущення, що вчений пропонував здійснювати оцінку вартості гудвілу тоді, коли доходи бізнесу перевищують суми такого повернення.

Категорія нематеріальної вартості підприємства в XIX ст. була досить новою та недостатньо дослідженою, науковці наголошували на її важливості та значенні для ведення бізнесу. На той час існувало лише декілька праць, присвячених саме бухгалтерському обліку нематеріальних активів, які багаторазово перевидавалися і довгий період часу слугували практичним керівництвом для бухгалтерів щодо відображення в обліку гудвілу. Одним із найвідоміших науковців, які досліджували нематеріальні активи в бухгалтерському обліку, зокрема гудвіл, був Л.Р. Діксі, який уперше в 1896 р. прочитав лекцію про гудвіл, а наступного року опублікував конспект лекцій в економічному журналі *The Accountant* під назвою «Гудвіл і його відображення в обліку» [2]. А в 1906 р. Л.Р. Діксі видано книгу під назвою «Гудвіл і його відображення на рахунках», четверте видання якого вийшло в 1920 р. з урахуванням усіх проблемних питань, які виникали під час судових спорів щодо маніпулювання розміром гудвілу. У цьому виданні пропонувалося таке визначення гудвілу: «Гудвіл як актив являє собою переваги, які отримані на основі ймовірності того, що клієнти в майбутньому продовжать відвідувати місця, де ведеться бізнес; там, де бізнес є залежним від репутації фірми, гудвіл включає в себе переваги, які власник бізнесу

отримує як представник цього бізнесу; там, де вартість бізнесу залежить від ділових зв'язків, гудвіл, отриманий у разі придбання бізнесу, складається з права користування цими зв'язками» [3].

На основі праць Л.Р. Діксі в 1898 р. розроблено методику визначення бази для проведення оцінки гудвілу на основі коригування чистого прибутку. Суть даної методики полягала в тому, що прибуток, який залишається після всіх виплат, необхідно помножити на коефіцієнт, який є оберненим до облікової ставки центрального банку країни.

У своїх працях автор досить детально розглядає оцінку гудвілу та порядок відображення його на рахунках бухгалтерського обліку. На думку Л.Р. Діксі, гудвіл потрібно списувати з балансу підприємства максимально швидко або, коли це можливо, взагалі не відобразити в обліку. Списувати гудвіл, який усе ж став об'єктом бухгалтерського обліку, потрібно за рахунок резервів, а не за рахунок прибутку, який одержано за підсумками звітного періоду (року). Стосовно винагороди акціонерів учений стверджував, що їх зацікавленість у бізнесі буде збережена тоді, коли придбаний гудвіл буде виплачений як премія від випуску акцій. Це обґрунтовано тим, що інвестор не хоче віддавати свої дивіденди, але якщо підприємство має гудвіл, то, як наслідок, бізнес має приносити додаткові прибутки та призводити до збільшення ринкової вартості підприємства. Сам же Л.Р. Діксі зазначав, що на практиці його методи не використовуються. Праці науковця були надзвичайно корисними та певною мірою революційними, вони поклали розвиток для досліджень у сфері бухгалтерського обліку гудвілу.

Розвиток бізнесу на початку XX ст. характеризувався швидким ростом акціонерних товариств, що визначило необхідність реформування бухгалтерського обліку. Однією з найбільших проблем було якісне розкриття облікової інформації користувачам, оскільки здебільшого звіти про фінансово-майновий стан орієнтувалися на інвестора. Проблема відображення в бухгалтерському обліку гудвілу була дуже гострою, що пов'язано з недостатнім її розкриттям та дослідженням.

Одне з перших завдань бухгалтерського обліку гудвілу полягало в допомозі інвесторам в обґрунтованому визначенні вартості гудвілу. Багато підприємств користувалися нерозробленістю питань бухгалтерського обліку гудвілу та нарощували свою вартість, а також приховували нестійкий фінансовий стан,

незадовільні фінансові результати діяльності. Проблема достовірності оцінки гудвілу та умов визнання його активом призвела до скептичного відношення науковців до даного об'єкта, які піднімали нове питання щодо доцільності його відображення в бухгалтерському обліку задля уникнення маніпуляцій.

Серед науковців, які досліджували проблему обліку гудвілу, був і П.Д. Лік, практикуючий бухгалтер та засновник Лондонської фірми дипломованих бухгалтерів. У 1914 р. ним опубліковано статтю «Гудвіл: його природа та оцінка», яка, по суті, була першим в історії трактатом про гудвіл, а вже 1921 р. видано книгу «Комерційний гудвіл».

П.Д. Лік указує на те, що поняття «гудвіл», яке існувало до тих часів, є занадто вузьким, пояснюючи це тим, що воно стосується лише подій, які відбулися в минулому, але не враховують потенційні бізнес-можливості підприємства. П.Д. Лік пояснює гудвіл як сукупність вартостей: патентного права, авторського права та права на ведення діяльності з урахуванням використання фірмових назв та товарних знаків. Саме визначення гудвілу автор дає так: «Гудвіл у комерційному значенні – це поточна вартість права на отримання в майбутньому надприбутку» [5]. Автор пояснює, що надприбутки не можуть бути постійними, а тому інвестор не може бути впевненим в тому, що отримає всі очікувані вигоди. Як наслідок, об'єкт інвестування має право та може очікувати на отримання виключно теперішньої ринкової вартості тієї частки або всього бізнесу, що підлягає продажу. Враховуючи все це, оцінка вартості гудвілу є достатньо простою, адже єдиним невизначеним лишається визначення тривалості періоду часу, в якому будуть отримані надприбутки.

Дана методика оцінки є недосконалою, втім, саме вона стала стимулом для продовження дослідження проблеми оцінки гудвілу та відображення його в бухгалтерському обліку.

В Європі бухгалтерська звітність як джерело інформування користувачів з'явилася в ХІХ ст. під впливом розвитку взаємовідносин між кредиторами та власниками підприємства. У 1807 р. у Франції прийнято Комерційний кодекс, в якому було визначено таке поняття, як «ліквідаційна ринкова вартість», яке переважно використовувалося в судових спорах. Своєю чергою, акціонери великих підприємств почали апелювати даному підходу та протиставляли йому концепцію «безперервної діяльності», згідно з якою необоротні

активи відображалися за первісною вартістю, яка потім амортизується. У 1886 р. німецькі юристи, які виступали за ведення бухгалтерського обліку необоротних активів виключно на основі принципу безперервної діяльності, опублікували розроблену ними систему оцінки, яка є основою для тестування гудвілу на здатність до знецінення в теперішньому часі; це була оцінка необоротних активів за їх цінністю від використання для бізнесмена, а не за первісною вартістю.

Ще одним науковцем того часу, який досліджував проблеми гудвілу, був Г. Хетфілд, який визначав гудвіл як вартість ділових зв'язків, яка базується на тому, що клієнти не будуть змінювати власних контрагентів попри переваги конкурентів [4]. Він указував на те, що оцінка гудвілу повинна здійснюватися на основі того, що існує певна вартість права, яка передається та приносить додаткові доходи понад нормальну рентабельність бізнесу. Стосовно формування ринкової вартості бізнесу автор зазначав, що ринкова вартість гудвілу конкретної фірми залежить від розміру доходу, який зможе отримати покупець після придбання фірми, а також ступеня визначеності періоду часу, протягом якого покупець отримуватиме доходи. Натомість гудвіл, згенерований на підприємстві, визначається розміром надприбутків.

Г. Хетфілд одним із перших почав досліджувати проблему штучного підвищення вартості гудвілу у фінансовій звітності, коли різниця між вартістю компаній, що розраховувалася виходячи з їх акційних котирувань, та вартістю матеріальних активів записувалися як гудвіл компанії. Зазвичай ця сума була значно більшою через спекуляції на біржах. Учений пояснював існування цих спекуляцій тим, що об'єктивно оцінити гудвіл важко. Він уважав, що у фінансовій звітності даний об'єкт відображатися не повинен, за винятком випадків, коли його було придбано.

Багато вчених критикували підхід до оцінки гудвілу на основі надприбутків. Одним із найвідоміших критиків такого підходу був Г. Кане, який у 1937 р. видав книгу «Нова теорія гудвілу», в якій указує на те, що надприбуток є непостійною величиною і теорії оцінки гудвілу, які на ньому базуються, є невірними. Гудвіл знаходиться під впливом внутрішніх факторів, які є характерними для кожної галузі і для підприємства зокрема, а також багатьох зовнішніх чинників, а тому запропоновані раніше методи є простими та ненауковими. Підхід ученого був розкритикований, однак саме він

спонував до розгляду амортизації гудвілу, яка використовується багатьма країнами світу, зокрема в Міжнародних стандартах фінансової звітності теж використовують дану норму.

Існувала й інша теорія, яка базувалася на основі теорії, запропонованої П.Д. Ліком, її прихильниками були В. Петон та А. Літтлтон. Вони вказували на те, що гудвіл є виключно передплатою за дохід, який інвестор хоче отримати в майбутньому. Гудвіл, на їхню думку, повинен був списуватися за рахунок майбутнього прибутку, для того щоб оцінювати реальні доходи, які не належать до гудвілу. Аргументували вони своє бачення на основі того, що гудвіл є звичайним активом, відповідно до чого він підлягає амортизації.

Аналізуючи дослідження вчених із бухгалтерського обліку кінця ХІХ ст. – початку ХХ ст., бачимо, що значна частина їх була спрямована на визначення гудвілу як об'єкта бухгалтерського обліку та нової економічної категорії. У цей період утворилося два підходи до визначення вартості гудвілу та два підходи до ведення обліку гудвілу. Стосовно визначення вартості підходи поділялися з погляду поточної ринкової вартості (отримання надприбутків у майбутньому) та з погляду історичної вартості (різниця між вартістю придбання та балансовою вартістю).

Підходи до безпосереднього відображення в обліку гудвілу поділялися на: 1) капіталізацію придбаного гудвілу в баланс; 2) списання вартості придбаного гудвілу, шляхом його амортизації. Існував і третій варіант, який полягав у списанні придбаного гудвілу на витрати або шляхом зменшення капіталу інвестора. Однак прихильність серед науковців дана концепція не отримала, оскільки на даний час відношення до гудвілу сформувалося як до повноцінного активу в бізнесі та нематеріальної частини вартості компанії.

Якщо аналізувати сучасні наукові дослідження, об'єктом яких є гудвіл, його тлумачення та відображення в обліку, то можна спостерігати неоднозначність як у трактуванні самого поняття, так і підходів до його оцінки та відображення в обліку. Як і століття назад, коли дане поняття тільки формувалося, так і сьогодні воно ототожнюється з діловою репутацією, іміджем, упізнаванним брендом або торговою маркою, загалом із будь-якою перевагою, якою володіє підприємство. Неоднозначність поняття нині обґрунтовано насамперед тим, що серед дослідників немає єдиного підходу до трактування гудвілу. Аналіз сучасних досліджень свідчить як мінімум про три

основні підходи: юридичний, економічний та бухгалтерський.

Юридичний підхід базується на тому, що нематеріальний актив розглядається на основі його здатності бути відокремленим від фізичної чи юридичної особи. Сам же гудвіл за даним підходом є немайновим благом, яке належить конкретній юридичній чи фізичній особі, яке сформоване на основі оцінки суспільства або спеціалізованого суб'єкта.

Економічний підхід розглядає гудвіл як актив, що не має матеріальної форми, який важко ідентифікувати та важко здійснити його оцінку. Прихильники даного підходу пропонують визнавати гудвіл не тільки під час придбання однієї компанії іншою, але і внутрішньо створений гудвіл. Згідно з економічним підходом, гудвіл повинен відображатися в обліку стільки, скільки існує суб'єкт господарської діяльності. Це обґрунтовано тим, що фінансові результати найчастіше є прямо залежними від гудвілу, тому його невідображення може впливати на точність та об'єктивність інформації для користувачів.

Бухгалтерський підхід пропонує визнавати гудвіл виключно під час придбання компанії або об'єднанні бізнесу. Вартість гудвілу оцінюється як різниця між балансовою вартістю активів та ринковою вартістю компанії. Варто зазначити, що дана різниця може бути як позитивною так і негативною, оскільки погана репутація не може збільшувати ринкову ціну. Отже, за позитивної різниці гудвіл визнається активом, який буде відображатися у звітності, натомість негативна різниця не відображається як гудвіл, а є доходом. Такий досить консервативний підхід зумовлений тим, що гудвілом як категорією обліку досить легко маніпулювати, як наслідок, існує низка скандальних банкрутств корпорацій, які використовували дане поняття для покращення показників звітності. Таким чином, бухгалтерський підхід дає змогу уникнути проблем із перевіркою внутрішньогенерованого гудвілу, але водночас не дає змоги повноцінно оцінити бізнес.

Висновки з цього дослідження. Отже, у статті здійснено короткий опис історичного розвитку обліково-економічної категорії «гудвіл» та узагальнено основні підходи до його визначення. Встановлено, що протягом століть підходи до розуміння гудвілу змінювалися під впливом таких факторів, як: розвиток процесу індустріалізації; зародження ринку інтелектуального капіталу, що спричинило виникнення таких категорій, як «нематеріаль-

ний актив» та «нематеріальна вартість підприємства»; розвиток корпоративної форми власності, що вплинуло на зміну порядку оприлюднення фінансової інформації інвесторам, тощо. Проведені дослідження дали змогу визначити основні підходи до визначення поняття «гудвіл», це: репутація підприємства; позитивна різниця між доходами об'єкта інвестування та інвестованим капіталом; перевага бізнесу, яка полягає в наявності ділових зв'язків; розмір надприбутків; сукупність вартостей патентного права, авторського права та права на ведення діяльності з урахуванням використання фірмових назв та товарних знаків; вартість ділових зв'язків;

вартість компанії; передплата за дохід, який інвестор хоче отримати в майбутньому тощо.

Сьогодні проблеми трактування гудвілу та відображення його в обліку продовжують бути актуальними та бути предметом наукових дискусій. Нематеріальний актив, що приносить надприбутки та майбутні економічні вигоди, які вони здатні принести, важко оцінити. Отже, необхідно переглянути наявні підходи та методи до проведення оцінки гудвілу, оскільки найпрогресивнішими підприємствами сьогодення є саме ті, які збільшують свою вартість за рахунок інтелектуального капіталу, репутації та інноваційних нематеріальних активів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Bithell R.A. A Counting-House Dictionary Containing an Explanation of the Technical Terms Used by Merchants and Bankers. London: George Routledge & Sons, 1882. – P. 340.
2. Dicksee L.R. Goodwill and Its Treatment in Accounts // *The Accountant*, Vol. 23. № 1153, January 9. 1897.
3. Dicksee L.R., Tillyard F. Goodwill and its Treatment in Accounts. New York: Arno Press, 1976. – P. 168.
4. Hatfield H.R. Modern Accounting, Its principles and some of its problems. New York: D. Appleton, 1909. – P. 367.
5. Leake P.D. Commercial goodwill: its history, value, and treatment in accounts. Reprint. 2009. – P. 284.
6. Kaner H. A New Theory of Goodwill. London: Sir I. Pitman & Sons, Ltd, 1937 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://trove.nla.gov.au/work/13517505?q&versionId=16028315>.