

*А. О. Касич,
д. е. н., професор, професор кафедри аудиту,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ
М. Г. Плахотнікова,
студентка, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
м. Київ*

ГУДВІЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У ПРАКТИЦІ УКРАЇНСЬКИХ І ЗАРУБІЖНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*A. O. Kasych,
Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Professor at the Department of Auditing,
Kyiv National Economic University of Vadym Hetman, Kyiv
M. H. Plakhotnikova,
Student, Kyiv National Economic University of Vadym Hetman, Kyiv*

GOODWILL OF ENTERPRISE: ESSENCE, ACCOUNTING AND ANALYTICAL SOFTWARE IN THE PRACTICE OF UKRAINIAN AND FOREIGN ENTERPRISES

У статті узагальнено теоретичні аспекти обліку та аналізу гудвілу як на вітчизняних, так і на зарубіжних підприємствах. Поряд з цим, досліджено практику визначення величини та відображення в обліку гудвілу за вітчизняними та міжнародними стандартами обліку. Досвід зарубіжних підприємств свідчить, що саме ділова репутація та нематеріальні активи є вирішальним фактором у досягненні позитивних фінансових результатів та розвитку власного бізнесу. В ході дослідження було з'ясовано, що поняття «гудвіл» є новим для вітчизняних підприємств. Попри давно визначений вектор розбудови ринкових відносин в Україні, існують проблеми, пов'язані з розумінням самої сутності гудвілу, методикою визначення його величини, а також практикою відображення його в обліку. В даній статті запропоновані шляхи вирішення зазначених проблем, а також запропоновано власну методичку проведення аналізу гудвілу конкретного підприємства.

The article summarizes the theoretical aspects of accounting and analysis of goodwill on both domestic and foreign enterprises. Along with this, it studies the practice of determining the value and recognition of goodwill in accounting by domestic and international accounting standards. The experience of foreign companies shows that goodwill and intangible assets is a crucial factor in achieving positive financial results and development of business. The survey found that the concept of "goodwill" is new for domestic enterprises. In spite of defined the vector of development of market relations in Ukraine, there are problems with understanding the essence of goodwill, methods of determining its size, and practice of recognition it in accounting. This article provides the ways of solving these problems, and proposed own method of analysis of goodwill in particular company.

Ключові слова: гудвіл, нематеріальні активи, ділова репутація, облік, аналіз.

Keywords: goodwill, intangible assets, business reputation, accounting, analysis.

Постановка проблеми. Міжнародний досвід свідчить, що у ХХІ столітті, запорукою підприємницького успіху все частіше стають не матеріальні чинники виробництва, а знання, інформація, ділова

репутація, досвід в управлінні бізнесом, довіра споживачів, що власне і формує склад гудвілу будь-якого підприємства. Попри перспективність використання такої складової активів як гудвіл, сьогодні й досі існує ряд проблем теоретичного та практичного характеру, а саме: однозначного розуміння і тлумачення сутності гудвілу, методики визначення його величини, а також практики відображення його в обліку вітчизняними підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем тлумачення та обліку гудвілу підприємств займалися такі вчені як Бондар М. І. [1], Гоц Л. [3], Диба В. М. [4], Касич А. О. [5], Кошевець В. В. [6, 19], Травін В. В. [17], Сагова С. В. [18], Уманців Г. В. [12] та багато інших. Попри широке розмаїття наукових праць та значні наукові досягнення у цій сфері, ряд методичних та практичних питань, пов'язаних із гудвілом, все ще залишаються не вирішеними.

Мета дослідження. Метою даної статті є чітка ідентифікація проблемних аспектів обліку гудвілу на вітчизняних підприємствах, з урахуванням змісту вітчизняних принципів обліку гудвілу та їх співставленням із міжнародними нормами та стандартами, а також розробка пропозицій щодо удосконалення облікових процедур та методики аналізу гудвілу для українських підприємств.

Основні результати дослідження. Задля досягнення поставлених цілей дослідження, перш за все, необхідно осмислити сутність поняття «гудвіл». На сьогодні, єдиного визначення цього поняття не існує як в науковій літературі, так і в нормативних актах. Порівняння тлумачення сутності гудвілу у різних джерелах подано у табл. 1.

Таблиця 1.
Тлумачення поняття «гудвіл» у різних наукових джерелах

Джерело	Визначення поняття «гудвіл»
П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [10]	Гудвіл – це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання.
Податковий кодекс України (ст. 14.1.40) [9]	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.
Сагова С. В. [13]	Гудвіл – це позитивна чи негативна різниця між вартістю придбання підприємства в цілому і сукупною вартістю його чистих активів, кожен з яких на дату придбання оцінено за справедливою вартістю.
Уманців Г. [18]	Гудвіл – нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо.
Ридзевська А.В., Сало О.В. [12]	Гудвіл – елемент, що втілює у собі нематеріальні складові, цінність яких для підприємства дуже велика, незважаючи на те, що вони не визнаються активами в бухгалтерському обліку.
Швіндіна Г.О., Кошевець В.В. [19]	Гудвіл – перевага, яку отримує компанія від комплексного управління емоційною привабливістю, якістю продукції, відносинами з партнерами, репутацією керівництва, фінансовими показниками, соціальною відповідальністю та яка є джерелом зростання її акціонерної вартості.
Сінько Г.С., Божко В.П. [14]	Гудвіл – сукупність невіддільних нематеріальних переваг підприємства, здатних приносити екстраординарний прибуток і виступати як ресурси, що використовуються у фінансово-господарській діяльності.
Кошевець В.В. [6]	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.
Товма О.А. [16]	Гудвіл – ризикований нематеріальний актив, який дозволяє підприємству отримувати додану економічну цінність (економічний прибуток).

Як бачимо, більшість науковців зауважує, що гудвіл виникає і формується не лише в процесі купівлі-продажу підприємства, а й в процесі здійснення ним операційної діяльності. Загалом у міжнародній та вітчизняній практиці виокремлюють внутрішньо створений гудвіл та придбаний (табл. 2).

Таблиця 2.
Ознаки внутрішньоствореного та придбаного гудвілу

Критерії	Внутрішньостворений гудвіл	Придбаний гудвіл
Час виникнення	Створюється всередині підприємства	Виникає при придбанні та

	протягом тривалого часу	приватизації
Відображення у звітності	Не відображається в балансі	Відображається в балансі
Подальший розподіл гудвілу	Можна розглядати як ділову репутацію	Розподіляється на негативний та позитивний гудвіл

Джерело: [5, С. 29]

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 [11, С. 88-89].

Вплив гудвілу на вартість підприємства обумовлює необхідність його оцінки, яка ускладнюється практичною неможливістю ідентифікації всіх нематеріальних активів, які складають вартість гудвіла. Саме з цієї причини як у міжнародних, так і у вітчизняних нормативно-правових документах зазначається, що гудвіл можливо оцінити тільки під час купівлі-продажу або об'єднання підприємств [13, С. 181].

У таблиці 3 відображено методики розрахунку гудвілу відповідно до міжнародних, українських, російських і американських бухгалтерських стандартів.

Таблиця 3.
Методики розрахунку гудвілу відповідно до міжнародних, українських і російських бухгалтерських стандартів

<i>Нормативний документ</i>	<i>Формула розрахунку гудвілу</i>
МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу»	$GW = V_{ПП} - СВ_{АЗ}$, де $V_{ПП}$ – вартість придбання підприємства; $СВ_{АЗ}$ – справедлива вартість активів і зобов'язань.
П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» (Україна)	$GW = V_{ПП} - СВ_{АЗ}$, де $V_{ПП}$ – вартість придбання підприємства; $СВ_{АЗ}$ – справедлива вартість активів і зобов'язань.
ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» (Росія)	$GW = V_{ПП} - БВ_{АЗ}$, де $V_{ПП}$ – вартість придбання підприємства; $БВ_{АЗ}$ – балансова вартість активів і зобов'язань.
US GAAP, SFAS 142 «Гудвіл та інші невідчутні активи» (США)	$GW = V_{ПП} - (IA - З)$, де $V_{ПП}$ – вартість придбання підприємства; IA – вартість ідентифікованих активів підприємства; $З$ – зобов'язання підприємства;

Джерело: [1, 3]

Таким чином, у методиках, що закріплені в нормативно-правових документах, пропонується застосування різних вартостей підприємства. Відповідно до міжнародних і українських бухгалтерських стандартів при розрахунку гудвіла використовується ринкова вартість активів і зобов'язань, а при використанні російських стандартів – балансова вартість активів і зобов'язань, через що можуть виникнути розбіжності у значеннях гудвілу [3, С. 182]. Однак не для всіх українських підприємств є можливим визначення ринкової вартості, оскільки далеко не всі підприємства розміщують свої акції на фондовому ринку, а тому гудвіл в обліку відображається досить рідко.

Багато науковців акцентує увагу на тому, що невідображення в обліку українських підприємств вартості внутрішньоствореного гудвілу не відповідає сучасним умовам ведення бізнесу. Досвід міжнародних корпорацій та результати багатьох наукових досліджень свідчать, що найбільш прибутковими є ті організації, частка гудвілу та нематеріальних активів яких в загальній балансовій вартості активів є найбільшою. До того ж, в нинішніх умовах, потенційним інвесторам недостатньо консервативної інформації про діяльність підприємства, що міститься у річній фінансовій звітності. Тому, багато науковців – Соколов Я. В., Пятав М. Л., Травін В. В., Диба В. М., Брихаров Є. І. та інші – пропонують відображати інформацію про внутрішньостворений гудвіл в системі обліку та звітності з метою задоволення потреб її користувачів та залучення додаткових інвестицій для розвитку перспективних галузей.

Серед основних пропозицій науковців щодо удосконалення обліку внутрішньоствореного гудвілу можна виділити такі:

- введення синтетичного рахунку – 010 «Внутрішній гудвіл» у розрізі субрахунків 0101 «Здібності менеджерів та працівників компанії», 0102 «Відносини з постачальником», 0103 «База клієнтів», 0104 «Ділова репутація», 0105 «Бренд» тощо [15];

- облік гудвілу на окремому субрахунку 194 «Внутрішній гудвіл» у розрізі відповідних субрахунків, а також віднесення витрат на маркетинг та рекламу, на підготовку і перепідготовку кадрів, на підвищення ділової репутації підприємства на дебет цього рахунку [17];

- відображення гудвілу через об'єкти активу і пасиву шляхом фіксування в активі балансу комерційних інтелектуальних активів, а в пасиві — інтелектуального капіталу;
 - введення окремого субрахунку «Додатковий вкладений капітал» у складі рахунку 42 «Додатковий капітал» [4];
 - модифікація статті Балансу 1050 "Гудвіл", яка була б розписана за статтями видатків на неї [2];
- З огляду на позитивний досвід зарубіжних підприємств у нарощуванні вартості гудвілу та перспективність впровадження практики визначення гудвілу на вітчизняних підприємствах, доцільним вбачається розробка методики для проведення аналізу гудвілу на українських підприємствах.

Пропонована методика аналізу гудвілу для українських підприємств передбачає етапи, представлені на рис. 1. Апробацію проведемо на прикладі підприємств харчової промисловості ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» та «Kraft Foods Inc».

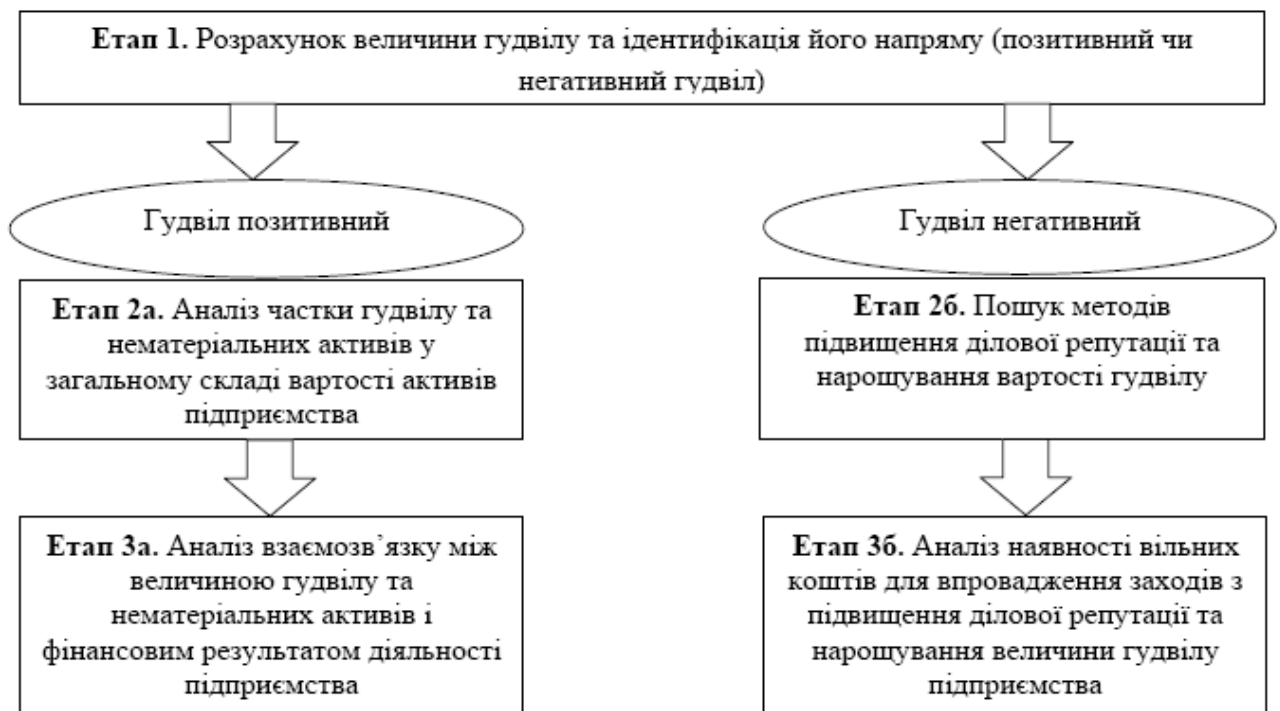


Рис. 1. Методика здійснення аналізу гудвілу на вітчизняних підприємствах

Джерело: розробка авторів

Першим етапом аналізу є визначення величини та напрямку гудвілу (позитивний чи негативний) досліджуваного підприємства. Для визначення величини гудвілу ПАТ «Вімм-Білл-Данн» скористаємось методом надлишкового прибутку. Гудвіл за цим методом розраховується за формулою:

$$GW = \frac{П - P_A \times A}{P_K} \times 100\% \quad (1)$$

де П – чистий операційний прибуток від діяльності підприємства;

PA – середньогалузевий коефіцієнт рентабельності активів;

A – величина активів підприємства;

PK – ставка капіталізації.

Середньогалузевий коефіцієнт рентабельності активів розраховуватимемо за формулою:

$$P = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Активи}} \times 100\% \quad (2)$$

Ставка капіталізації розраховується за формулою:

$$P_K = \frac{\text{Прибуток}}{НА} \times 100\% \quad (3)$$

де НА – нематеріальні активи.

Дані ж про величину гудвілу «Kraft Foods Inc» містяться у річній фінансовій звітності підприємства. Отримані дані наведено у таблиці 4.

Таблиця 4.
Динаміка величини гудвілу та нематеріальних активів ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» та «Kraft Foods Inc»

Рік	ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна»					«Kraft Foods Inc»		
	Прибут- ок, тис. грн.	Активи, тис. грн.	НА, тис. грн.	Рентабельність чистих активів, %	Ставка капіталізації, %	Гудвіл, тис. грн.	Гудвіл, млрд. дол.	НА, млрд. дол.
2010	-32452	439075	1887	-7,391	17,20	-5384,76	37,86	25,96
2011	-20176	502080	2348	-4,018	8,59	-10352,91	37,3	25,19
2012	12906	479892	1588	2,689	8,13	-6501,52	25,8	22,55
2013	219373	696307	2065	31,505	106,23	1167,04	25,6	21,99
2014	297502	897226	1554	33,158	191,44	911,93	23,39	20,34

Джерело: розраховано за даними [7, 8]

Як бачимо, у період 2010-2012 рр. досліджуване підприємство «Вімм-Білл-Данн» має негативний гудвіл, що свідчить про його сумнівну ділову репутацію у ці роки. Втім, починаючи з 2013 р. і до сьогодні підприємству вдається нарощувати величину гудвілу. Що ж стосується «Kraft Foods Inc», то за весь досліджуваний період величина його гудвілу залишалася позитивною, хоча і мала тенденцію до зменшення.

Розглянемо випадок, коли розрахована нами величина гудвілу є позитивною.

Наступним *етапом 2а* є аналіз частки гудвілу та нематеріальних активів у загальному складі вартості активів підприємства. Проведемо відповідні розрахунки для обох підприємств та подамо їх у табличному вигляді (табл. 5).

Таблиця 5.
Частка гудвілу та НА у складі активів ПАТ «Вімм-Білл-Данн» та «Kraft Foods Inc»

Рік	ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна»					«Kraft Foods Inc»				
	Гудвіл, тис. грн.	Нематеріальні активи, тис. грн.	Активи, тис. грн.	Частка гудвілу у складі активів, %	Частка НА у складі активів, %	Гудвіл, млрд. дол.	Нематеріальні активи, млрд. дол.	Активи, млрд. дол.	Частка гудвілу у складі активів, %	Частка НА у складі активів, %
2010	- 5384,7 6	1887	4390 75	-1,227	0,423	37,86	25,96	95,29	39,731	27,243
2011	- 10352, 9	2348	5020 80	-2,062	0,468	37,3	25,19	93,84	39,749	26,844
2012	- 6501,5 2	1588	4798 92	-1,35	0,331	25,8	22,55	75,48	34,181	29,875
2013	1167,0 4	2065	6963 07	0,168	0,297	25,6	21,99	72,56	35,281	30,306
2014	911,93	1554	8972 26	0,102	0,173	23,39	20,34	66,82	35,004	30,44

Джерело: розраховано за даними [7, 8]

З наведених даних бачимо, що гудвіл та нематеріальні активи на вітчизняному підприємстві ПАТ «Вімм-Білл-Данн» становлять зовсім незначну частку у загальному складі активів. Управління ПАТ «Вімм-Білл-Данн» не надає особливої уваги формуванню таких перспективних та інноваційних складових активів. В той час як гудвіл та нематеріальні активи «Kraft Foods Inc» складають в середньому 20-30% балансової вартості всіх активів підприємства.

Наступним *етапом 3а* є аналіз взаємозв'язку між величиною гудвілу та нематеріальних активів і фінансовим результатом діяльності підприємства. Для проведення такого аналізу скористаємося економіко-математичними методами. Побудуємо математичну модель, де Y – залежна змінна – прибуток, а $X_{1,2,3}$ – незалежні (відповідно, X_1 – гудвіл, X_2 – нематеріальні активи, X_3 – грошові кошти та їх еквіваленти). Дані, необхідні для розрахунку, наведені у табл. 6.

Таблиця 6.
Основні показники діяльності ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» та «Kraft Foods Inc»

Рік	ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна»				«Kraft Foods Inc»			
	Прибуток, тис. грн.	Гудвіл, тис. грн.	НА, тис. грн.	Гроші та їх еквіваленти, тис. грн.	Прибуток, млрд. дол.	Гудвіл, млрд. дол.	НА, млрд. дол.	Гроші та їх еквіваленти, млрд. дол.
2010	-32452	-5384,8	1887	27070	4,11	37,86	25,96	2,48
2011	-20176	-10353	2348	9350	3,53	37,3	25,19	1,97
2012	12906	-6501,5	1588	4545	3,03	25,8	22,55	4,48
2013	219373	1167,04	2065	13096	3,92	25,6	21,99	2,67
2014	297502	911,928	1554	31326	2,18	23,39	20,34	1,68

Джерело: розраховано за даними [7, 8]

Спочатку досліджуємо ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна». Здійснивши необхідні розрахунки, отримуємо таку економетричну модель:

$$Y = 187279,555 + 28,576X_1 + 15,705X_2 - 0,368X_3, \quad R^2 = 0,823 \quad (4)$$

Необхідно перевірити достовірність отриманих результатів. Для цього скористаємось F-критерієм Фішера. $F_{\text{табл.}} = 1,07$ (при $\alpha = 0,05$; $m = 3$; $n - m - 1 = 5 - 3 - 1$). $F_{\text{розрах.}} = 1,55$. Отже, $F_{\text{розрах.}} > F_{\text{табл.}}$, що значить – побудована нами модель є якісною і адекватною.

Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,823$ свідчить про те, що зміни обсягу прибутку на 82% обумовлені зміною обсягів гудвілу, нематеріальних активів і грошових коштів та їх еквівалентів. Коефіцієнт кореляції $R = 0,907$ відображає тісний зв'язок між досліджуваними змінними.

Отже, можемо зробити наступні висновки:

- 1) при збільшенні вартості гудвілу на 1%, прибуток ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» збільшиться в середньому на 28,58%;
- 2) при збільшенні вартості нематеріальних активів на 1%, прибуток досліджуваного підприємства зросте в середньому на 15,7%;
- 3) при збільшенні вартості грошей та їх еквівалентів на підприємстві на 1%, прибуток в середньому зменшиться на 0,37%.

Бачимо, що показник гудвілу є найбільш впливовим фактором на величину прибутку ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна».

Отримані нами цифри ще раз свідчать на користь того, що за сучасних умов саме нематеріальна складова активів та ділова репутація, а не матеріальне забезпечення виробництва, є запорукою підприємницького успіху.

На основі побудованої моделі, визначимо прогнозні значення прибутку. Припустимо, що розмір гудвілу ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» у наступному звітному році збільшиться до 1000 тис. грн., величина нематеріальних активів – до 1600 тис. грн., а вартість грошей та їх еквівалентів – до 32000 тис. грн. відповідно. Підставивши дані значення у рівняння побудованої моделі (4), розрахували, що величина прибутку у наступному році за даних умов становитиме 229201,54 тис. грн., тобто він зменшиться на 68300,46 тис. грн порівняно з 2014 роком. Однак, бачимо, що таке зменшення відбувається в основному за рахунок збільшення питомої ваги грошей та їх еквівалентів. Таке збільшення вимагає відволікання коштів з господарського обороту і як результат, вони просто осідають в активах підприємства. Аналогічним чином побудуємо математичну модель і для «Kraft Foods Inc». Вона матиме вигляд:

$$Y = 30,112 - 0,821X_1 + 2,630X_2 - 1,107X_3, \quad R^2 = 0,942 \quad (5)$$

Скориставшись критерієм Фішера перевіriamo достовірність отриманої моделі. $F_{\text{табл.}} = 1,07$ (при $\alpha = 0,05$; $m = 3$; $n - m - 1 = 5 - 3 - 1$). $F_{\text{розрах.}} = 5,46$. Отже, $F_{\text{розрах.}} > F_{\text{табл.}}$. Побудована нами модель є якісною і адекватною.

Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,942$ свідчить про те, що зміни обсягу прибутку на 94% обумовлені зміною обсягів гудвілу, нематеріальних активів і грошових коштів та їх еквівалентів. Коефіцієнт кореляції $R = 0,971$ відображає тісний зв'язок між досліджуваними змінними.

Таким чином, можемо констатувати:

- 1) при збільшенні вартості гудвілу на 1%, прибуток «Kraft Foods Inc» зменшиться в середньому на 0,81%;
- 2) при збільшенні вартості нематеріальних активів на 1%, прибуток досліджуваного підприємства зросте в середньому на 2,6%;
- 3) при збільшенні вартості грошей та їх еквівалентів на підприємстві на 1%, прибуток в середньому зменшиться на 1,1%.

Як бачимо, для «Kraft Foods Inc» ситуація є дещо іншою. Найбільш впливовим фактором на прибуток даного підприємства виступає питома вага нематеріальних активів у загальній балансовій вартості всіх активів.

Розрахуємо прогнозну величину прибутку для «Kraft Foods Inc» на основі побудованої моделі. Припустимо, що у наступному році величина гудвілу «Kraft Foods Inc» зросте до 30 млрд. дол., величина нематеріальних активів – до 25 млрд. дол., а вартість грошей та їх еквівалентів – до 2 млрд. дол. відповідно. Прогнозований розмір прибутку становитиме 8,79 млрд. дол., що на 6,61 млрд. дол. перевищує прибуток 2014 року.

Тобто, нарощування головним чином величини нематеріальних активів є вирішальним фактором для «Kraft Foods Inc» у досягненні позитивних фінансових результатів.

Розглянемо подальші дії у разі виявлення *негативної величини гудвілу* підприємства. У разі ідентифікації від'ємного значення гудвілу, необхідно перейти до *етапу 2б* та звернути увагу на методи підвищення ділової репутації та нарощування величини гудвілу. Так, наприклад, фахівці та науковці у цій галузі пропонують вжити таких заходів як: активізація маркетингових засобів, підвищення якості продукції, встановлення ділових зв'язків з потенційними партнерами та клієнтами, організація, проведення та участь у конференціях, тренінгах та виставках, формування власного іміджу та організаційної культури підприємства тощо.

Звісно, всі ці заходи потребують додаткового вивільнення коштів. Саме тому, наступним етапом (*етап 3б*) аналізу має стати аналіз наявності вільних коштів для впровадження заходів з підвищення ділової репутації та нарощування величини гудвілу. Динаміка обсягу грошових коштів та їх еквівалентів ПАТ «Вім-Білль-Данн Україна» та «Kraft Foods Inc» наведено в табл. 7.

Таблиця 7.
Аналіз грошових потоків досліджуваних підприємств

Показники	ПАТ «Вім-Білль-Данн Україна», тис. грн.					«Kraft Foods Inc», млрд. дол.				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Залишок коштів на кінець року	27070	9350	4545	13096	31326	2,48	1,97	4,48	2,67	1,68
Надходження від операційної діяльності	-53935	-3457	33645	45090	45558	3,75	4,52	3,92	6,41	3,56
Надходження від інвестиційної діяльності	-44454	-72377	-77780	-42949	-38778	-7,46	-1,73	-1,69	-1,48	-1,64
Надходження від фінансової діяльності	123706	58216	42615	0	0	4,19	-3,18	0,2	-5,65	-2,69

Джерело: розраховано за даними [7, 8]

З наведених даних бачимо, що величина залишку коштів на кінець 2014 року на ПАТ «Вім-Білль-Данн Україна» є найбільшою за останні 5 років і складає 31326 тис. грн. В нинішніх умовах нестабільності національної грошової одиниці та постійному зростанні рівня інфляції, накопичення грошових коштів та їх осідання у активах не є вигідним для підприємства. Їх необхідно спрямовувати у господарський оборот. Одним із таких перспективних напрямів спрямування коштів є фінансування заходів, що сприятимуть нарощуванню величини гудвілу.

Щодо «Kraft Foods Inc», то залишок його коштів на кінець 2014 року є найменшим за досліджуваний період і становить 1,68 млрд. дол. Поряд з цим, на підприємстві «Kraft Foods Inc» прослідковується тенденція до зменшення величини прибутку та гудвілу (див. табл.6), а також скорочення питомої ваги нематеріальних активів у загальній балансовій вартості активів. Саме тому, для підтримки ділової активності та забезпечення

стабільності позитивної ділової репутації вищому управлінню «Kraft Foods Inc» також варто було б вжити відповідних заходів.

Скориставшись запропонованою нами методикою аналізу, вітчизняні підприємства матимуть змогу оцінити таку інноваційну складову своїх активів як гудвіл, визначити його вплив на величину прибутку та розробити інструментарій для формування власної позитивної ділової репутації та ефективного управління власним бізнесом.

Висновки і пропозиції. Зважаючи на перспективність використання нематеріальних активів та нарощування величини гудвілу, вітчизняним підприємствам слід було б приділяти більшу увагу їх формуванню, обліку та ефективному використанню, посиляючись на досвід успішних зарубіжних корпорацій.

Нами було запропоновано власну методику проведення аналізу гудвілу конкретного підприємства, одним з етапів якої є побудова економетричної моделі, що відображає залежність прибутку підприємства від таких змінних як вартість гудвілу, нематеріальних активів, а також величини грошей та їх еквівалентів. Скориставшись такою моделлю, можна розрахувати прогнозні значення прибутку підприємства в залежності від зміни величин гудвілу, нематеріальних активів і грошей та їх еквівалентів, що виступає ефективним інструментом обґрунтування конкретних управлінських рішень.

Література.

1. Бондар М. І. Визнання гудвілу при придбанні підприємства з метою його відображення в обліку / М. І. Бондар // Формування ринкової економіки: наук. зб. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; відп. ред. О. О. Беляєв. – 2010. – Вип. – 24. – С. 528–536.
2. Брихаров Є.І. Актуальність питання оцінки гудвіла підприємств в Україні / Є.І. Брихаров // Управління розвитком. - 2012. - №10. - С. 166 – 168.
3. Гоц Л. Методики визначення вартості гудвілу / Л. Гоц // Збірник наукових праць "Вісник НТУ "ХПІ" : Технічний прогрес та ефективність виробництва. - №6 - 2012. – с. 180 – 189.
4. Диба В. М. Теоретико-методичні підходи до обліку чинників внутрішнього гудвілу / В. М. Диба // Вчені записки : зб. наук. праць. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – К. : КНЕУ, 2013. – № 15. – С. 126–134.
5. 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.
6. Кошевець В. В. Формування понятійно-категоріального апарату системи управління гудвілом підприємства / В. В. Кошевець // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка. - 2012. - № 4. - С. 102-106.
7. Офіційний сайт «Kraft Foods Inc». - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kraftfoodsgroup.com/>
8. Офіційний сайт ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна» - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://wimm-bill-dann.com.ua/>
9. Податковий кодекс України, затверджений Верховною Радою України від 02.12.2010 № 2755-VI, зі змінами та доповненнями.
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 № 163, зі змінами та доповненнями.
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.
12. 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
13. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу / С. В. Сагова // Фінанси, облік і аудит : зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана" ; відп. ред. А. М. Мороз. – К.: КНЕУ, 2009. – Вип. № 14. – С. 291-298.
14. Сінько Г. С. Аналіз та оцінка ділової репутації підприємств машинобудівної галузі / Г. С. Сінько, В. П. Божко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. - 2009. - № 4. - С. 5–14.
15. Соколов Я. В. Гудвил: «новая» категория бухгалтерского учета / Я. В. Соколов, М. Л. Пятов // Бухгалтерский учет. — 1997. — № 2. — С. 46—50.
16. Товма О. А. Оцінка ділової репутації торговельного підприємства як об'єкта управління / Товма О. А. // Бізнес-інформ. - № 5. – 2014. – с. 418-422.
17. Травін В. В. Особливості організації бухгалтерського обліку внутрішнього гудвілу як прояву соціального капіталу на мікроекономічному рівні / В. В. Травін // Вісник ЖДТУ. — 2010. — №2 (52). — С. 192—199.
18. Уманців Г. В. Облік гудвілу при придбанні підприємства / Г.В. Уманців // Дебет-Кредит. – 2001. – № 14. – С. 50 – 53.
19. Швіндіна, Г.О. Ділова репутація як показник ефективності функціонування організації / Г.О. Швіндіна, В.В. Кошевець // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. — 2011. — № 2. — С. 75-79.

References.

1. Bondar M. I. (2010), "Recognition of goodwill at the acquisition of the enterprise with purpose of its recording in accounting", *Formuvannia rynkovoï ekonomiky*, vol. 24, pp. 528 – 536.
2. Brykharov Ye.I. (2012), "The urgency of the assessment of goodwill of companies in Ukraine", *Upravlinnia rozvytkom*, vol. 10, pp. 166 – 168.
3. Hots L. (2012), "Methods for determining the value of goodwill", *Visnyk NTU "KhPI": Tekhnichnyj prohres ta efektyvnist' vyrobnytstva*, vol. 6, pp.180-189.
4. Dyba V. M. (2013), "Theoretical and methodological approaches to accounting for factors of internal goodwill", *Vcheni zapysky*, vol. 15, pp. 126 – 134.
5. Kasych A. O. (2015), "Theoretical and methodological bases of valuation and accounting of company's goodwill", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Serii: Ekonomika*, vol. 1(2), pp. 28 – 32.
6. Koshevets' V. V. (2012), "Formation of conceptual-categorical apparatus of management of the company's goodwill", *Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomika*, vol. 4, pp. 102 – 106.
7. The official site of "Kraft Foods Inc." (2015), available at: <http://www.kraftfoodsgroup.com/> (Accessed 7 December 2015).
8. The official site of Public Company "Wimm-Bill'-Dann Ukraine" (2015), available at: <http://wimm-bill-dann.com.ua/> (Accessed 7 December 2015).
9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), The Tax Code of Ukraine, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (Accessed 7 December 2015).
10. Ministry of Finance of Ukraine (1999), Regulations (standard) of accounting 19 "Business Combinations", available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99> (Accessed 7 December 2015)
11. Popova A. A. (2013), "Features of the recognizing, measuring and accounting of goodwill", *Problemy ta perspektyvy ekonomiky i upravlinnia. Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, [Problems and perspectives of economics and management. Proceedings of the International Scientific Conference], Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia, [International Scientific Conference], Kyiv, Ukraine, 13-14 December 2013, pp. 88 – 90.
12. Rydzevs'ka O. V. and Salo A. V. (2012), "The concept of goodwill and characteristics of its components", *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 22(2), pp. 349 – 352.
13. Sahova S. V. (2009), "Features of accounting goodwill", *Finansy, oblik i audit*, 14, pp. 291 – 298.
14. Sin'ko H. S. and Bozhko V. P. (2009), "Analysis and evaluation of goodwill Engineering industry's companies", *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi*, vol. 4, pp. 5 – 15.
15. Sokolov Ya. V. and Piatov M. L. (1997), "Goodwill: the "new" category of accounting", *Accounting*, vol. 2, pp. 46 – 50.
16. Tovma O. A. (2014), "Assessment of commercial enterprise's reputation as the object of management", *Biznes-inform*, vol. 5, pp. 418 – 422.
17. Travin V. V. (2010), "Features of accounting of internal goodwill as a manifestation of social capital at the micro level", *Visnyk ZhDTU*, vol. 2(52), pp. 192 – 199.
18. Umantsiv H. V. (2001), "Accounting of goodwill at the acquisition of the company", *Debet-Kredyt*, vol. 14, pp. 50 – 53.
19. Shvindina H.O. and Koshevets' V. V. (2011), "Goodwill as an indicator of the organization's efficiency", *Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu. Serii Ekonomika*, vol. 2, pp. 75 – 79.

Стаття надійшла до редакції 10.12.2015 р.