

Євген Євгенович ІОНІН

доктор економічних наук,
професор,
завідувач кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
E-mail: ionin@bk.ru

Марія Олександрівна КЛЕПАКОВА

Донецький національний університет імені Василя Стуса
E-mail: klepakova.m@donnu.edu.ua

**ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ВАРТОСТІ ВНУТРІШНЬО СФОРМОВАНОГО ГУДВІЛУ ТА
ВПЛИВУ ЙОГО КОМПОНЕНТІВ**

Іонін, Є. Є. Оцінка та аналіз вартості внутрішньо сформованого гудвілу та впливу його компонентів / Євген Євгенович Іонін, Марія Олександрівна Клепакова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. – Том 27. – № 1. – С. 192-198. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Стаття присвячена гудвілу як новій та актуальній обліковій та аналітичній категорії. Визначено сутність цього поняття з опертям на два найпоширеніших підходи, що зустрічаються в економічній літературі. Виокремлено основні компоненти гудвілу, які формують його вартість та можуть впливати на ефективність діяльності суб'єктів господарювання. Розглянуто сутність методу надлишкового прибутку для визначення вартості внутрішньо сформованого гудвілу, визначено переваги та недоліки його практичної реалізації. Проілюстровано механізм застосування методу для визначення наявності гудвілу на прикладі даних звітності холдингу «Метінвест» як одного з найбільших представників добувної галузі України з метою виявлення реального стану ефективності діяльності підприємства та визначення ключових факторів, які мають вплив на формування ділової репутації компанії.

Ключові слова: гудвіл; ділова репутація; вплив компонентів гудвілу; аналіз гудвілу; підхід надприбутків; «Метінвест».

Yevhen Yevhenovych IONIN

Doctor of Sciences (Economics),
Professor,
Head,
Department of Accounting, Analysis and Audit,
Vasyl` Stus Donetsk National University (Vinnytsia)
E-mail: ionin@bk.ru

Mariia Oleksandrivna KLEPAKOVA

Vasyl` Stus Donetsk National University, Vinnytsia
E-mail: klepakova.m@donnu.edu.ua

**ASSESSMENT AND ANALYSIS OF THE COST
OF INTERNALLY GENERATED GOODWILL AND INFLUENCE OF ITS COMPONENTS**

Abstract

The article is devoted to goodwill as a new and current accounting and analytical category. The essence of this concept is determined on the basis of two approaches which are the most prior in economic literature. The main components of goodwill that form its pricing and can affect the effectiveness of the entity are isolated. The essence of the method of excess profits is determined to detect the value of internally generated goodwill. Strengths and

weaknesses of its implementation are identified. It is illustrated the mechanism of the method for determining the presence of goodwill on the basis of data reporting by holding "Metinvest" as one of the leading representatives of mining industry of Ukraine. It has been done in order to identify the real state of enterprise efficiency and distinguish key factors that influence the formation of the company's business reputation.

Keywords: goodwill; business reputation; the impact of goodwill components; analysis of goodwill; approach excessive profits; Metinvest.

JEL classification: C13, M10, M21

Вступ

Розвиток ринкової економіки та глобалізація світового економічного простору стає передумовами виникнення нових облікових та аналітичних категорій, які відображають не тільки дійсний майновий стан та результати діяльності, але й неоцінені компоненти компанії, що мають значний вплив на формування її вартості. Одним з таких об'єктів є гудвіл, що є невідокремлюваним від потенціалу підприємства активом, який використовується в його фінансовій діяльності, здатний приносити йому додатковий прибуток та є унікальною особливістю компанії.

Гудвіл є одним із принципово нових об'єктів бухгалтерського обліку, які з'явилися в її теорії і практиці на етапі становлення та розвитку ринкових відносин в Україні. Тому постає питання про основні принципи його формування, структури та оцінки подальшого впливу на ефективність та прибутковість діяльності.

Вивченням гудвілу займалися такі вчені-економісти: Легенчук С. Ф., Подольна В. В., Сигидов Ю. І., Шачнев А. О. та ін..

Мета та завдання статті

Метою дослідження є визначення сутності гудвілу як економічної категорії та його складових компонентів, а також кількісна та якісна оцінка його впливу на результативність функціонування компанії.

З визначеної мети доцільно виокремити наступні завдання:

- розгляд підходів до визначення гудвілу як економічної категорії;
- розмежування окремих компонентів, що формують ділову репутацію підприємства;
- розрахунок внутрішньо створеного гудвілу на прикладі холдингу «Метінвест»;
- визначення факторів впливу на розрив між обліковою та фактичною вартістю гудвілу з метою ухвалення управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження

Гудвіл є специфічним нематеріальним активом, вартісним відображенням ділової репутації, що визначається в бухгалтерському обліку як різниця між вартістю придбання підприємства як цілісного майнового комплексу та справедливою вартістю його чистих активів на дату здійснення операції.

У фаховій літературі виокремлено два підходи до трактування гудвілу як економічної категорії:

- підхід надприбутків, згідно з яким гудвіл – це надприбуток підприємства, який є більшим за середній показник прибутковості у галузі;
- підхід невідображених активів, що розглядає гудвіл як активи, не відображені в балансі [1].

Застосування другого підходу зазвичай використовується в бухгалтерському обліку для визначення вартості привласненого гудвілу. Перший підхід може використовуватись при аналізі гудвілу як фінансового показника з метою ухвалення управлінських рішень.

Перед початком оцінки гудвілу необхідно проаналізувати його кількісні та якісні показники. До кількісних можна зарахувати: час перебування на ринку; частку ринку, яку займає підприємство, кількість персоналу з високим рівнем кваліфікації та ін. Якісні показники виражаються у якості товарів, номенклатурі та асортименті продукції, впровадженні нових технологій у виробництво, власному брендуванні тощо [2].

Складові елементи гудвілу – це елементи, формування та розвиток яких забезпечує підприємству наявність позитивного гудвілу. Найбільш поширені та суттєві компоненти гудвілу, виокремлені В. В. Подольною [3], зображено на рисунку 1.

Найчастіше дослідники управління гудвілом закликають розглядати невлімові складові активів з урахуванням управління відносинами з контактними аудиторіями: споживачами (реальними та потенційними), персоналом, інвесторами, кредиторами та громадськістю [4; 5]. З цього випливає, що на перший план при прийнятті управлінських рішень виходить формування позитивного гудвілу. Але важливо зауважити, що оцінка вартості гудвілу згідно з національним та міжнародним законодавством здійснюється лише на момент купівлі або продажу компанії, тому постає питання аналізу цього

показника для розробки стратегії впливу на його складові та підвищення інвестиційної привабливості компанії.



Рис. 1. Складові компоненти гудвілу

Найбільш поширеним методом оцінки вартості внутрішнього гудвілу є, як зазначено раніше, метод надлишкового прибутку.

Метод надлишкового прибутку є одним з варіантів дохідного підходу оцінки вартості підприємства. Іноді його називають казначейським методом, оскільки вперше він був згаданий в 1920 р в Меморандумі Казначейства США А. Р. М 34, коли був використаний для підрахунку гудвілу, що втратили виробники алкогольної продукції під час Сухого закону. Надалі він застосовувався для розрахунку податків при даруванні та спадкуванні [6].

Згідно з методом надлишкового прибутку, вартість компанії становить суму матеріальних активів підприємства та гудвілу. Вартість гудвілу розраховується за такою формулою [7]:

$$G = \frac{OP - Ro * OC}{K}, \quad (1)$$

де G – вартість внутрішньо сформованого гудвілу;

OP – операційний прибуток;

Ro – середньогалузева операційна рентабельність;

OC – операційні витрати компанії;

K – ставка капіталізації.

Метод надлишкового прибутку має низку переваг. Насамперед це відносна простота використання і, як наслідок, доступність для управлінського персоналу. Крім того, метод є орієнтованим на зовнішню інформацію щодо стану та розвитку галузі та ринку, що оцінює зовнішню репутацію підприємства, сформовану за допомогою внутрішніх складових.

Проблемою методу є визначення ставки капіталізації, що є доцільною у кожній конкретній ситуації. Зменшення ризику неточної оцінки вартості внутрішньо сформованого гудвілу можливе шляхом орієнтації на ринкові та галузеві показники ставки капіталізації, а також визначення її поширеними математичними та аналітичними методами.

З метою розгляду практичної сутності та застосування методу надлишкового прибутку доцільно проаналізувати внутрішньо сформований гудвіл реального підприємства. Як об'єкт дослідження візьмемо одну з найбільших компаній металургійної промисловості України – холдинг «Метінвест». Вихідні дані для проведення оцінки вартості внутрішньо сформованого гудвілу та його подальшого аналізу наведено у таблиці 1 [8; 9]. При цьому використано статистичну інформацію, надану держаним

органом статистики, за галуззю промисловості та дані річної звітності холдингу.

Ставка капіталізації прийнята на рівні 10 % [6], з урахуванням достатнього рівня ризику через нестабільність економічної ситуації в країні та її впливу на розвиток галузі загалом. Крім того, важливе значення має не тільки розрахунок реальної вартості невлених компетенцій компанії, а і зіставлення їх з балансовою вартістю гудвілу (за наявності такої статті в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності). Основною метою такого методу є аналіз взаємозв'язку цих показників та впливу різних факторів на розрив в оціненій вартості.

Таблиця 1. Розрахунок вартості внутрішньо сформованого гудвілу холдингу «Метінвест» за 2008-2015 роки

Період	Операційний дохід, млн дол.	Рентабельність (середньогалузева)	Операційні витрати, млн дол.	Гудвіл, млн дол.
2008 р.	3961	24%	9670	1535,05
2009 р.	604	4%	5422	337,14
2010 р.	943	15%	8415	-274,93
2011 р.	2791	17%	11398	744,68
2012 р.	979	15%	11594	-659,38
2013 р.	1026	13%	11918	-421,59
2014 р.	1105	21%	9590	-861,15
2015 р.	-686	6%	7518	-1061,05

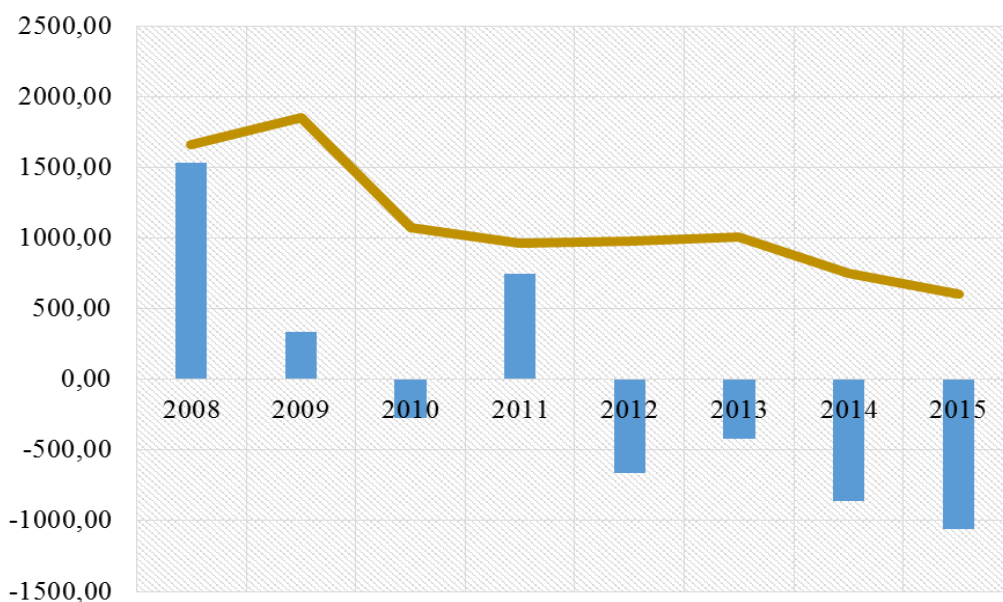


Рис. 2. Динаміка внутрішньо створеного та відображеного в балансі гудвілу холдингу «Метінвест»

З проведеного дослідження постає висновок, що величина гудвілу, відображеного в бухгалтерському обліку, останніми роками знижується. У цей час динаміка надлишкового прибутку є менш рівномірною, але темпи його зниження є більш значними, що свідчить про випередження впливу складових гудвілу на діяльність підприємства. Так найбільше значення спостерігається у 2008 році, одночасно з найбільшим показником операційного доходу компанії та середньогалузевої операційної рентабельності. Це зумовлено тим, що у передкризовий період компанія мала значний вплив на формування внутрішнього ринку та стратегія розвитку діяльності була ефективною. Але важливо зауважити, що під впливом зовнішньоекономічних чинників з 2009 року спостерігається значний спад через випередження темпів зростання цін та кризову ситуацію в країні. Це підтверджується мінімальним значенням середньогалузевої операційної рентабельності та операційного прибутку, що свідчить про значну частку витрат та скорочення обсягів реалізації.

Від'ємне значення гудвілу, що спостерігається у 2010 та починаючи з 2012 року, свідчить про неефективність обраної стратегії діяльності через перевищення середньогалузевого операційного прибутку та аналогічного показника діяльності компанії. Основною причиною є зменшення об'ємів діяльності, що спостерігається за динамікою зменшення операційних витрат і, як наслідок, – спад в операційному прибутку до від'ємного значення у 2015 році. Важливо зауважити, що особливої уваги

управлінського персоналу потребує ситуація, де спостерігається негативна величина внутрішньо сформованого гудвілу. Це означає, що результат діяльності підприємства у зіставленні з іншими представниками галузі є менш ефективним, крім того, наявність значного спаду свідчить про збільшення ризиків для подальшої діяльності, що потребують негайного впливу.

З метою проведення комплексного аналізу ділової репутації підприємства та оцінки впливу компонентів, що її формують, доцільно використовувати методи статистичного моделювання. Зокрема, одним із простіших способів виявлення взаємозв'язку між наявними показниками є метод найменших квадратів, що надає змогу кількісно оцінити вплив факторів на результативні ознаки за допомогою побудови та вирішення системи лінійних рівнянь. Результатом застосування методу є виявлення параметрів регресії та побудова лінійної багатофакторної моделі, що є аналітичним відображенням залежності зазначених даних. У розглянутому прикладі як результативну ознаку доцільно визначити різницю між обліковою та розрахованою вартості гудвілу (ΔG) для аналізу впливу на неї інших фінансових та аналітичних показників. Як фактори, які мають суттєвий вплив на ефективність та результативність діяльності, варто виокремити наступні:

- рентабельність операційної діяльності (K_1) як показник прибутковості холдингу, що формується під впливом наявності стійкої клієнтської бази, оптимальності розробки виробничої програми, якості продукції тощо;
- питома вага чистих активів у валюті балансу (K_2) як критерій фінансової стійкості компанії;
- питома вага чистого боргу в загальному боргу (K_3) як показник покриття та ліквідності коштів компанії, що має вплив на репутацію серед інвесторів, постачальників та інших кредиторів.

Дані для розрахунку впливу факторів на різницю між фактичною та балансовою вартістю гудвілу наведено у таблиці 2.

Таблиця 2. Розрахунок впливу факторів на внутрішньо сформований гудвіл холдингу «Метінвест» за 2008-2015 роки [9]

Рік	Внутрішній гудвіл, млн дол.	Балансовий гудвіл, млн дол.	ΔG , млн дол.	K_1	K_2	K_3
2008	1535,05	1662,00	126,95	30%	55,35%	90,28%
2009	337,14	1855,00	1517,86	10%	57,29%	93,47%
2010	-274,93	1072,00	1346,93	10%	55,36%	85,81%
2011	744,68	961,00	216,32	20%	59,46%	80,11%
2012	-659,38	980,00	1639,38	8%	59,68%	87,59%
2013	-421,59	1005,00	1426,59	8%	56,97%	81,82%
2014	-861,15	754,00	1615,15	10%	53,85%	96,47%
2015	-1061,05	601,00	1662,05	-10%	43,82%	93,89%

За допомогою надбудови «Аналіз даних» програми MicrosoftOfficeExcel знайдено регресійну багатофакторну модель, що має вигляд:

$$\Delta G = -71,53 - 62,71 * K_1 + 83,91 * K_2 + 49,48 * K_3, \quad (2)$$

Таким чином, при збільшенні операційної рентабельності на 1% різниця між фактичною та балансовою вартістю гудвілу зменшується на 62,71 млн дол., тобто внутрішньо сформований гудвіл збільшується внаслідок підвищення рівня доходності основної діяльності. При цьому збільшення частки чистих активів у сукупних активах підприємства при інших рівних умовах призводить до збільшення розриву на 83,91 млн дол. у зв'язку з відривом балансової вартості гудвілу, що не підкріплена фактичними досягненнями у розвитку ділової репутації підприємства. Збільшення частки чистого боргу в загальній вартості зобов'язань також має негативний вплив на динаміку зміни різниці через зменшення платоспроможності і, як наслідок, інвестиційної та кредитної привабливості компанії.

Проведений аналіз дає можливість зробити висновок, що метод надлишкового прибутку унеможлиблює вплив грошових потоків на величину внутрішньо сформованого гудвілу, тобто він базується на методи нараховань. Водночас грошові потоки є важливим об'єктом та інструментом аналізу бізнесу, оцінки ефективності управління і забезпечення безперервної діяльності підприємства. Крім того, в аналітичному плані потенційні вхідні і вихідні грошові потоки покладено в основу розрахунку показника робочого капіталу, на який обов'язково робиться корегування ринкової вартості об'єкта при використанні дохідного підходу.

Тому важливо додатково враховувати рівень монетизації операційного прибутку шляхом уведення коефіцієнта монетизації K_M , що має вигляд:

$$K_M = \frac{+CFO}{OP}, \quad (3)$$

де $+CFO$ – позитивний чистий грошовий потік від операційної діяльності;
 OP – операційний прибуток.

Чистий грошовий потік слід розглядати і як результат комерційної діяльності, обчислений на касовій основі. Функціональне призначення коефіцієнта монетизації буде полягати в підтвердженні грошовими коштами фінансового результату, тим самим аналітично підтверджуючи функцію прибутку як джерела фінансування витрат розширеного відтворення. Зазначений показник варто було б ввести у вітчизняну практику і закріпити в офіційно діючих методиках економічного і фінансового аналізу, затверджених органами виконавчої влади [10].

Таким чином, проведений аналіз внутрішньо створеного гудвілу надає можливість обліковому та управлінському персоналу оцінювати ефективність та результативність діяльності підприємства, виокремлювати основні кількісні аналітичні показники, що мають суттєвий вплив на вартість ділової репутації підприємства і, як наслідок, – на вартість компанії на ринку.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Гудвіл є перевагами над конкурентами, які створюються протягом тривалого проміжку часу за допомогою впливу на окремі його компоненти.

Основними складовими гудвілу є майнові та персональні компоненти. Майнова складова містить активи, які безпосередньо формують репутацію підприємства, вона може підлягати оцінці. Персональна складова має більш умовний характер та ґрунтується на професійних навичках персоналу та іміджу компанії. Важливо зауважити, що система формування і управління гудвілу повинна розроблятися за всіма його елементами у комплексі, бо кожна складова є генератором майбутніх грошових потоків, отже, прямо впливає на збільшення потенціалу гудвілу.

Важливе значення внутрішньо створений гудвіл має як аналітичний показник фінансового стану, який може впливати на прийняття управлінських рішень користувачами інформації. Одним із найбільш поширених методів визначення вартості внутрішньо сформованого гудвілу є метод надлишкового прибутку, що побудований на аналізі відхилення операційного прибутку компанії від аналогічного середньогалузевого показника. Водночас недоліком методу є неврахування фактичних грошових потоків і, як наслідок, недостатнє розкриття впливу монетарних статей на формування ділової репутації підприємства. Вказана проблема може бути вирішена шляхом прийняття до розрахунків ступеня монетизації операційного доходу, що надає змогу оцінити гудвіл з боку формування майбутніх грошових потоків.

На основі показника фактично сформованого гудвілу менеджери можуть обґрунтовувати доцільність проведення поточної маркетингової, виробничої політики, шляхи її удосконалення; інформація може бути корисною для інвесторів – щодо вкладення коштів для отримання надприбутку, кредиторів – щодо спроможності оплачувати заборгованість тощо. Водночас важливим способом визначення поточного стану ефективності діяльності компанії є аналіз відхилення розрахованої величини гудвілу від вартості в балансі, вказаної у складі необоротних активів шляхом використання економіко-математичного моделювання. Виявлення основних монетарних та немонетарних абсолютних і відносних показників, що мають суттєвий вплив на зазначену різницю, надає змогу управлінському персоналу зосередити увагу на ключових проблемних зонах діяльності з метою їх урегулювання для досягнення максимально ефективних результатів.

Список літератури

1. Легенчук, С. Ф. Бухгалтерське відображення інтелектуального капіталу: автореф. дис. . на здоб. наук. ст. . к. е. н.: 08.06.04 / С. Ф. Легенчук. – К.: НАУ. – 2006. – 25 с.
2. Сигидов, Ю. І. Ділова репутація (гудвіл) комерційних банків: сутність, класифікація і методи оцінки / Ю. І. Сигидов, К. П. Андріанова, А. О. Баранник // Політематичний мережевий електронний журнал КубГАУ. – 2012. – №82.
3. Подольна, В. В. Формування позитивного гудвілу на малих підприємствах: автореф. дис. . на здоб. наук. ст. . к. е. н.: 08.00.04 / В. В. Подольна. – К.: КНУТД. – 2009. – 17 с.
4. Мартин, Г. Корпоративні репутації, брендинг і управління персоналом. Стратегічний підхід до управління людськими ресурсами / Г. Мартин, С. Хетрик ; пер. з англ. Е. И. Титовой. – М.: Група ИДТ, 2008. – 336 с.
5. Шачнев, А. О. Управління компонентами гудвілу на промислових підприємствах / А. О. Шачнев, О. А. Лузгіна // Звістки ВНЗ. Суспільні науки. – 2011. – №2. – С. 127-133.
6. Єлісеєв, В. М. Гудвіл: проблема оцінки та відображення у звітності // В. М. Єлісеєв / Російське товариство оцінщиків. Питання оцінки – 2004. – №1. – С. 31-38.

-
7. Жученко, Ю. М. Аналіз методу надлишкового прибутку при оцінці вартості гудвілу / Ю. М. Жученко // Російське підприємництво. – 2011. – №6-1. – С. 77-83.
 8. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Діяльність підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
 9. Метінвест. Фінансова звітність [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.metinvestholding.com/ru/investors/fresults/performance>.
 10. Іонін, Є. Є. Фінансова аналітика сучасного бізнесу: монографія / Є. Є. Іонін, М. М. Овчинникова. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – 304 с.

References

1. Lehenchuk S. F. (2006). *Accounting display intellectual capital*. Kyiv: NAU.
2. Syhydov, Yu. I. Andrianova, K. P. Barannyk, A. O. (2012). Goodwill of commercial banks: essence, classification and valuation methods. *Politematychnyj merezhevyj elektronnyj zhurnal Kub HAU*, 82.
3. Podol'na, V. V. (2009). *Formation of positive goodwill for small businesses*. Kyiv: KNUTD.
4. Martyn, H. (2008). *Corporate reputation, branding and HR. A strategic approach to human resources management*. Moscow: Hrupa YDT.
5. Shachnev, A. O., Luzghina, O. A. (2011). Office goodwill components in industrial enterprises. *Zvistky VNZ. Suspil'ni nauky*, 2, 127-133.
6. Eliseev, V. (2004). Goodwill: the problem of valuation and in the reporting of VM. *Russian Society estimators. The question of evaluation*, 1, 31-38.
7. Zhuchenko, Y. (2011). Analysis of the method of redundant profit in the goodwill assessment. *Russian business*, 6-1, pp. 7-83.
8. *State Statistics Service of Ukraine. Publications. Activities of enterprises*. (2016). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. *Metinvest. Financial performance*. (2016). Retrieved from: <https://www.metinvestholding.com/ru/investors/fresults/performance>.
10. Ionin, Ye. Ye. & Ovchinnikova, M. M. (2012). *Finansova analityyka suchasnogo biznesu*. Doneck: DonNU.

Стаття надійшла до редакції 27.03.2017 р.