

Гудвіл крізь призму теорії інтелектуального капіталу

Актуальність теми дослідження – в умовах бурхливого розвитку високих технологій та стрімкого збільшення на ринку наукомістких товарів, індивідуальне лідерство у все більшій мірі стає наслідком ефективного використання унікальних за своєю природою ресурсів нематеріального характеру, серед яких найбільш примітним їх представником є гудвіл.

Метою статті є уточнення економічної сутності та компонентного складу гудвілу, розгляд специфіки його генерації в бізнес–середовищі з позиції основ теорії інтелектуального капіталу.

Методологія проведення роботи – у ході дослідження використано загальнонаукові методи діалектики, порівняння, аналогії, аналізу, синтезу, теоретичного систематизування та узагальнення.

Результати роботи – стаття присвячена дослідженню гудвіла, яке здійснено на підставі узагальнення точок зору вітчизняних та зарубіжних авторів стосовно його економічної сутності, особливостей та складу. Критичний аналіз фахової літератури дозволив розкрити специфічні особливості гудвілу; виявити можливості відходу від його дослідження з позицій бухгалтерського обліку, домінуючих в фаховій літературі; обґрунтувати доцільність подальшого розгляду цього унікального активу нематеріальної природи в контексті теорії інтелектуального капіталу. У зв'язку з цим розглянуто сутність та склад останнього, нелінійний характер взаємодії його компонент, природа утворюваного унаслідок цього синергетичного ефекту.

Висновки – в наданому у статті авторському визначенні економічної сутності гудвілу враховані наступні аспекти вищезгаданої теорії: по–перше, нетотожність категорій «інтелектуальний капітал» та «інтелектуальні активи», що пояснюється складом капіталу, який включає з–поміж іншого ще й ті нематеріальні ресурси, що не є власністю компанії, а відтак, – не можуть бути її активами; по–друге, нелінійна природа взаємодії складових частин інтелектуального капіталу, яка призводить до утворення синергетичного ефекту, а тому має бути представлена в складі гудвілу. Контекст теорії інтелектуального капіталу дозволив внести значущі коригування в формулювання гудвілу, надати аргументовані пояснення на користь справедливості їх здійснення, і в такому вигляді представити підсумкові результати даної роботи.

Ключові слова: гудвіл, ділова репутація, нематеріальні активи, інтелектуальний капітал, людський капітал, організаційний капітал, клієнтський капітал.

Гудвилл сквозь призму теории интеллектуального капитала

Актуальность темы исследования – в условиях стремительного развития высоких технологий и увеличения на рынке наукоемких товаров, индивидуальное лидерство во все большей мере становится следствием эффективного использования уникальных по своей природе ресурсов нематеріального характера, среди которых наиболее приметным их представителем является гудвилл.

Целью статьи является уточнение экономической сущности и компонентного состава гудвилла, рассмотрение специфики его генерации в бизнес–среде с позиции основ теории интеллектуального капитала.

Методология проведения работы – в ходе исследования использованы общенаучные методы диалектики, сравнения, аналогии, анализа, синтеза, теоретического систематизирования и обобщения.

Результаты работы – статья посвящена исследованию гудвилла, которое осуществлено на основе обобщения точек зрения отечественных и зарубежных авторов касательно его экономической сущности, особенностей и состава. Критический анализ тематической литературы позволил раскрыть специфические особенности гудвилла; выявить возможности отхода от его

исследования с позиции бухгалтерского учета, доминирующей в экономической литературе; обосновать целесообразность дальнейшего рассмотрения этого уникального актива нематериальной природы в контексте теории интеллектуального капитала. В связи с этим рассмотрено сущность и состав последнего, нелинейный характер взаимодействия его элементов, природа возникаемого вследствие этого синергетического эффекта.

Выводы – в представленном в статье авторском определении экономической сущности гудвилла учтены следующие аспекты вышеупомянутой теории: во-первых, нетождественность категорий «интеллектуальный капитал» и «интеллектуальные активы», что объясняется составом капитала, который включает помимо всего прочего еще и те нематериальные активы, которые не являются собственностью компании, а потому, – не могут быть ее активами; во-вторых, нелинейная природа взаимодействия составляющих частей интеллектуального капитала, которая приводит к возникновению синергетического эффекта, по причине чего должна быть учтена в составе гудвилла. Контекст теории интеллектуального капитала позволил внести существенные коррективы в формулирование гудвилла, предоставить аргументированные пояснения в пользу справедливости их осуществления, и в таком виде предоставить итоговые результаты данной работы.

Ключевые слова: гудвилл, деловая репутация, нематериальные активы, интеллектуальный капитал, человеческий капитал, организационный капитал, клиентский капитал.

PRITULYAK N.M.,
KOZIYCHUK M.V.

Goodwill through the prism of the theory intellectual capital

The subject of the research – in the context of high technologies rapid development and active growth of the market of high-tech goods, individual leadership is becoming the consequence of the effective use of the unique by their nature non-material resources, among which the most remarkable is goodwill.

The purpose of the article – the purpose of the article is to clarify the economic nature and components of goodwill, the consideration of the specificity of its generation in the business environment from the perspective of the of intellectual capital theory.

Methodology of work – in the article, general scientific methods of dialectics, comparison, analogy, analysis, synthesis, theoretical systematization and generalization were used.

The results of the work – the article is devoted to the study of goodwill, which is carried out on the basis of generalization of the views of Ukrainian and foreign authors in relation to its economic essence, features and composition. Critical analysis of professional literature allowed to reveal the specific features of goodwill; to identify the possibility of switching its consideration from the accounting point of view, that dominates in the professional literature; to justify the expediency of further consideration of this unique asset of non-material nature in the context of the theory of intellectual capital. In connection with this, the essence and composition of the latter, the non-linear nature of the interaction of its components, the nature of the resulting synergistic effect is considered.

Conclusions – according to author's definition of the goodwill economic essence, the following aspects of the aforementioned theory are taken into account: firstly, the non-distinction between the categories of «intellectual capital» and «intellectual assets», which is explained by the composition of capital, which includes, among other things, intangible resources that are not is the property of the company, and therefore – can not be considered as its assets; and secondly, the non-linear nature of the interaction of the components of intellectual capital, which leads to the formation of a synergistic effect, and therefore should be presented as goodwill. The context of the theory of intellectual capital made it possible to make meaningful adjustments to the wording of the goodwill, to provide reasoned explanations in favor of the fairness of their implementation, and in this form present the final results of this work.

Key words: goodwill, business reputation, intangible assets, intellectual capital, human capital, organizational capital, client's capital.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки характеризується нестабільністю зовнішнього середовища, посиленням конкуренції, скороченням життєвого циклу продуктів та послуг. Підприємствам стає все складніше забезпечувати суттєві економічні переваги лише за рахунок матеріальних та фінансових ресурсів. В умовах бурхливого розвитку високих технологій та стрімкого збільшення на ринку наукоємних товарів, індивідуальне лідерство у все більшій мірі стає наслідком ефективного використання унікальних за своєю природою ресурсів нематеріального характеру, що складають основу так званого інтелектуального капіталу. Про значення даного феномену в діяльності сучасних компаній свідчить їх ринкова капіталізація, що іноді в рази перевищує вартість балансових майнових цінностей¹. Така розбіжність між ринковою вартістю та вартістю реальних активів бізнес-структури є ознакою ефективного використання нею своїх інтелектуальних активів.

Нематеріальні активи різноманітні за своїм складом, однак, найбільш примітним їх представником, безумовно є гудвіл, який набуває все більшого значення як в теоретичному, так і практичному аспектах. З позиції теорії, чітко розуміння економічної сутності цього унікального ресурсу, природи його утворення та логіки існування в бізнес-середовищі виступає необхідною умовою свідомого формування фундаментальних основ щодо отримання потенційних економічних переваг комерційною структурою. Стосовно практики господарювання, то під час масштабних змін в складі власників та структури капіталу, обумовлених купівлею/продажем, злиттям, поглинанням компаній, гудвіл виступає вельми значущим фактором їх ціноутворення.

Завдяки своїй капіталізації, досягнутої в результаті ефективності корпоративної системи менеджменту, гудвіл справляє значний вплив на вартість компанії і стає тією її частиною, на яку балансова вартість майнових цінностей відрізняється від їх ринкової вартості. Даний актив, – цілком відчутна величина, яка має реальну цінність, оскільки складається з набору конку-

рентних переваг, що визначають унікальну особливість підприємницької структури і забезпечують можливість отримання нею більш високого, ніж в середньому по галузі, прибутку.

Аналіз ринкової капіталізації провідних високотехнологічних компаній світу, таких як: Microsoft Corp., Intel Corp., Vodafone Group Plc., IBM, Johnson & Johnson Inc., Cisco Systems Inc., Procter & Gamble Co., Google, Coca-Cola Co., GlaxoSmithKline Plc засвідчив, що їхню вартість на 70–90% формують фактори нематеріального характеру, які в системі бухгалтерського обліку та фінансової звітності не представлені.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Посилення ролі нематеріальних активів в досягненні високого потенціалу та перспективності бізнесу робить очевидною необхідність відокремлення гудвілу в якості самостійного об'єкту вивчення. Проте складна, багатокомпонентна природа цього ресурсу ускладнює його ідентифікацію, призводить до появи різноманітних, часто суперечливих трактувань, що негативним чином позначається на розв'язанні питань, пов'язаних з управлінням, обліком, оцінкою гудвілу. В справедливості сказаного переконують багаточисельні наукові праці зарубіжних та вітчизняних дослідників, серед яких варто назвати І.О. Бланка, Бондар М. І., Дибун М.І., Дудина М.Н., Нижегородцева Р.М., Секерина В.Д., Іванова О.Є., Касич А. О., Ковальова В.В., Ковальова Віт.В., Корчмлюка А.І., Литвинчука І.Л., Циганенко Г.В., Ходаківського Є.І., Плотнікову М.Ф., Мосієнко О.В..

Сучасний розвиток ресурсного забезпечення підприємницької діяльності, трансформація участі різних його джерел в процесі ринкової капіталізації, обумовлюють необхідність розгляду гудвілу з урахуванням зрушень, що відбуваються в «комбінації» факторів виробництва на користь тих, які в більшому ступені, ніж матеріальні цінності, забезпечують стійкі ринкові перспективи та унікальні конкурентні переваги бізнесу. Однак навіть в тих нечисленних дослідженнях, де ідентифікація гудвілу здійснюється на основі його співставлення з нематеріальними (знанневими, інформаційними, інтелектуальними) активами компанії, спостерігається дещо вільне використання термінів бази порівняння, їх необґрунтоване застосування, що лише поглиблює проблему невизначеності економічної сутності об'єкту вивчення. Крім того, трактування гудвілу в основному розглядаєть-

¹ Розмір ринкової капіталізації – привід для обговорення. Одні експерти вважають, що інтелектуальний капітал в 3–4 рази перевищує облікову вартість майна високотехнологічної компанії. Інші переконують, що співвідношення інтелектуального капіталу до вартості матеріальних засобів виробництва і фінансового капіталу в таких компаніях знаходиться в межах від 5:1 до 16:1.

ся в сфері бухгалтерського обліку, де необхідність такого дослідження зрозуміла, адже обумовлена наявними проблемами з його відображенням в балансі. Проте, дана категорія – багатозначна і не менш важлива для фінансового менеджменту, оцінки майнового комплексу, для прийняття будь-яких практичних рішень різними учасниками бізнес-відносин, які є користувачами публічної інформації про діяльність підприємства.

Зважаючи на те, що в сучасних умовах господарювання формування ринкової вартості компанії в більшому ступені (а це понад 75% – прим. авт.) обумовлене дією специфічних за своєю природою і формам участі у виробничому процесі факторів.

Метою статті є уточнення економічної сутності та компонентного складу гудвілу, розгляд специфіки його генерації в бізнес-середовищі з позиції основ теорії інтелектуального капіталу.

У ході дослідження використано загальнонаукові методи діалектики, порівняння, аналогії, аналізу, синтезу, теоретичного систематизування та узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Гудвіл – далеко не нова, але недостатньо вивчена (а для вітчизняної бізнес-практики ще й досі незвична), категорія. І хоча не існує загальноприйнятого розуміння сутності цього специфічного за своєю природою активу, аналіз фахової літератури дозволяє виділити три основних підходи до її трактування: 1) на підставі алгоритму розрахунку, 2) через сутнісне визначення 3) на основі переліку складових елементів (табл. 1).

Дослідження такого виду нематеріальних активів підприємства як «гудвіл» дозволяє говорити не лише про еволюцію знань щодо його економічної сутності, а й про тривалий (у декілька століть) шлях розвитку і модернізації самої категорії, змістовне наповнення якої змінювалось по мірі розвитку і складності умов ведення бізнесу. Сьогодні загальноновизнаним є факт того, що це – внутрішньофірмовий, прихований ресурс компанії, який, хоча і відрізняється від всіх інших майнових цінностей компанії, але, за своєю суттю, відноситься до виключно важливих і абсолютно ринкових категорій. Про це свідчать сучасні трактування гудвілу, в яких розкриваються наступні його особливості:

- гудвіл є активом, оскільки відповідає його сучасному визначенню. Він створюється в результаті минулих періодів, контролюється економіч-

ним суб'єктом, здатний утворювати економічні переваги у майбутньому. Проте це – реально невідчутний ресурс, який останнім часом складає основу діяльності все більшої кількості підприємницьких структур, адже забезпечує можливість генерування ними додаткового доходу, що позначається на вартісній оцінці компанії і пояснює суттєве та неухильне зростання його значущості;

- гудвіл є комплексною характеристикою бізнес-структури, яка напрацьовується нею роками, поступово; однак він не наводиться в балансі, а знаходить своє відображення в ринковій вартості цінних паперів. (Лише в результаті угод, пов'язаних із злиттям чи купівлею/продажем компанії як цілісного майнового комплексу, з'являються цілком реальні вартісні оцінки, які знаходять своє фінансове відображення в якості гудвілу). Це – багатоаспектний та складний для ідентифікації та оцінки параметр;

- гудвіл є невід'ємним від діяльності компанії фактором; його не можливо передати у тимчасове користування або продати як самостійний об'єкт, оскільки він має цінність лише в контексті економічного суб'єкту, в комплексі із всіма іншими компонентами ресурсної бази останнього;

- гудвіл – більш об'ємна у своєму змістовному наповненні категорія, ніж «ділова репутація», адже охоплює весь спектр унікальних для бізнесу факторів, що впливають на результативність його фінансово-господарської діяльності. В сучасній версії, до компонентного складу цього унікального ресурсу відносять: досвід та знання працівників, їх професійні та особистісні якості, кваліфікацію; ефективність бізнес-процесів; якість продукції (послуг); технологічну культуру та культуру управління; прихильність клієнтів; соціальні та виробничі зв'язки; відповідальність у відносинах із всіма стейкхолдерами; стратегічне розташування компанії; імідж, товарні знаки, фірмові найменування, бренд; бази даних, ноу-хау, секрети виробництва тощо.

Узагальнення цих та інших особливостей гудвілу дає всі підстави стверджувати, що його змістом виступають певні елементи інтелектуального капіталу, чим пояснюється внутрішня структура даного активу, його унікальна спроможність визначати конкурентну позицію компанії на ринку та впливати на формування її вартості.

Хоча до теперішнього часу і не сформувалось однозначного тлумачення категорії «інтелекту-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 1. Тракткування категорії «гудвіл» *

Визначення	Автор/Нормативно-правовий акт
Підхід 1: на підставі алгоритму розрахунку	
Гудвіл – один з видів нематеріальних активів, вартість якого визначається як різниця між ринковою вартістю підприємства як цілісного майнового комплексу і його балансовою вартістю (сумою чистих активів).	Бланк І.О. [1].
Гудвіл – це термін, що використовується для опису перевищення вартості інвестицій в дочірні компанії над балансовою вартістю придбаного капіталу	Р.У. Гібсон, Дж.Р. Френсіс [2, с.167]
Гудвіл – перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання.	П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [3]
Гудвіл (вартість ділової репутації) – 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.	Податковий Кодекс України (ст.14.1.40.) [4]
Гудвіл – це різниця між загальною сумою нематеріальних активів підприємства та ідентифікованих нематеріальних активів. Гудвіл – це залишок, різниця між ринковою вартістю підприємства в цілому та сумою його матеріальних активів та ідентифікованих нематеріальних активів.	Кримов С.М., Анікіна Н.А.[5, с.68]
Підхід 2: через сутнісне визначення	
Гудвіл – це результат більш успішної, ніж у конкурентів, діяльності, який проявляється в перевищенні очікуваного прибутку компанії над середньогалузевою його нормою	О. Шмаленбах [6]
Гудвіл – це переваги, якими наділяє бізнес-структуру популярність, хороша репутація, стабільна клієнтура. Це ймовірність того, що річний прибуток підприємства буде перевищувати прибуток, на який можна розраховувати, виходячи з середнього його рівня на вкладений в цю справу капітал	Х.Е. Сід [7, с.8]
Гудвіл – це сукупність тих елементів бізнесу, які стимулюють клієнтів продовжувати користуватися послугами даного підприємства та які приносять прибуток більший за той, що необхідний для отримання розумного доходу на всі інші активи, включаючи всі інші нематеріальні активи, які можуть бути ідентифіковані і окремо оцінені	Гленн М. Десмонд, Річард Э. Келлі [8]
Гудвіл – це невідчутні додаткові вигоди, зумовлені якістю ведення бізнесу та ефективністю управління, які надають підприємству конкурентні переваги у галузі та можливість отримувати додаткові доходи.	Фаїзова О.Л. [9, с. 387]
Гудвіл поєднує в одну групу активи (технології, високий рівень менеджменту і т.ін.), які відрізняються від звичайних майнових цінностей тим, що не мають достовірних способів оцінки вартості та виділення їх з маси інших активів	Бондар М.І. [10, с. 529]
Гудвіл – це сума, яку покупець компанії готовий заплатити понад балансову вартість його активів	Ходаківський Є.І., Плотнікова М.Ф., Мосієнко О.В. [11, с.169]
Підхід 3: на основі переліку складових елементів	
Гудвіл визначається як «добре ім'я» фірми і включає нематеріальні активи, які складаються з: престижу бізнес-структури, взаємовідносин з клієнтами, місцерозташуванням, номенклатури продукції, що виготовляється тощо.	Стандарт оцінки бізнесу BVS-1 (Business Valuation Standards), прийнятий Американським товариством оцінювачів (American Society of Appraisers) [12, с.16]
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 ринкової вартості.	Швіндіна Г.О., Кошевець В.В. [13, с.77]
Гудвіл означає сукупність нематеріальних факторів, що розглядаються як єдине ціле, які дозволяють економічному суб'єкту мати певні конкурентні переваги в галузі і завдяки цьому генерувати додаткові доходи. В цю сукупність входять: фірмове найменування компанії, її репутація, технологічна культура, зв'язки з контрагентами, ноу-хау в організації та управлінні, перспективність бізнесу тощо.	Ковалев В.В., Ковалев Вит.В [14, с.133]
Гудвіл виступає фінансовим відображенням нематеріальних активів, до складу яких варто віднести: висококваліфікований менеджмент, накопичений діловий досвід, гарну репутацію, вигідне економіко-географічне положення, добре налагоджену систему збуту продукції та послуг, професійний персонал, якість обслуговування клієнтів, довгострокові контракти та інші компоненти, що впливають на прибутковість та ринкову вартість підприємницької структури	Дудін М.М., Ніжегородцев Р.М., Сєкерін В.Д. [15, с.132]
Гудвілом є репутація, або невловима ціна бізнесу, в основі якої гарні відношення з клієнтурою, умовна вартість ділових зв'язків, високий моральний дух і компетентність співробітників, репутація топ-менеджменту, сумлінність в здійсненні підприємницької діяльності, лояльність контрагентів, ділова активність підприємства, прозорість організаційної та фінансової структури тощо.	Калінський О.І. [16, с.197]

*) складено авторами

альний капітал», в багатьох публікаціях його визначають як «колективний мозок», що акумулює наукові та унікальні знання працівників, інтелектуальну власність та накопичений досвід, стосунки й інформаційну структуру, мережі та імідж компанії. Інтелектуальний капітал включається його власниками в господарський та комерційний обіг як найважливіший ресурс і фактор виробництва з метою отримання надприбутку. Він задає темпи і характер оновлення технології виробництва та його продукції, які потім стають головною конкурентною перевагою на ринку. Інтелектуальний капітал – не лише результат вдалих технічних та творчих рішень, це в першу чергу, система капітальних стійких інтелектуальних переваг компанії.

Всі елементи інтелектуального капіталу утворюють певний запас, що має деякий виробничий потенціал, через що їх часто називають фондами інтелектуального капіталу. В процесі їх актуалізації, коли створюється нова вартість і відбувається генерація доходу, елементи інтелектуального капіталу перетворюються на активи. Як зазначав Т. Стюарт, «розум стає майном, коли під впливом вільно діючої сили мозку створюється щось корисне, що має певну форму: перелік відомостей, база даних, опис процесу та ін..» [17, с.54].

Однак не всі інтелектуальні активи є власністю компанії. Виключення становлять особистісні (внутрішні чи неявні) знання («знання в головах у співробітників компанії»), які є набутом індивідууму, його фаховими компетенціями, навичками, здібностями та вміннями. З цих причин інтелектуальний капітал, базовою складовою якого є знання, не можна ототожнювати з інтелектуальними активами, оскільки останні являють собою сукупність майнових цінностей компанії і повністю належать їй на правах власності. Інтелектуальний капітал є більш широким, ніж інтелектуальні активи поняттям, і крім явних (кодифікованих) знань включає ще й приховані (некодифіковані) знання. Проте, доти, доки останні не будуть оприлюднені, висловлені, продемонстровані чи передані, вони є власністю окремої людини і їх неможливо від неї відокремити та передати іншому власнику. Ця частина інтелектуального капіталу не є власністю компанії. Останній не належать знання, які співробітники уносять із собою, коли уходять з компанії. (За оцінками Delphi Group, 42% знань «зачинені» в головах співробітників і лише 24% існують в формалізо-

ваному вигляді – у вигляді паперових документів [18, с. 211]). Під інтелектуальними активами слід розуміти сукупність інформаційно-інтелектуальних ресурсів та продуктів, які мають реальну комерційну цінність для суб'єкту господарювання і можуть бути відчужені від їх розробників.

Сказане вище робить очевидним, що одна група інтелектуальних активів визнається бухгалтерським обліком в складі нематеріальних активів (це: авторські права, комп'ютерні програми, бази даних, товарні знаки, торгові марки, фірмові найменування, права на винаходи, розробки, корисні моделі, промислові зразки тощо), а інша, як об'єкт бухгалтерського обліку, репрезентується гудвілом. Однак останній не обмежується лише вартістю інтелектуальних об'єктів.

Неаудитивний характер взаємодії різних частин інтелектуального капіталу обумовлює необхідність виділення в складі гудвілу ще одного елемента, – синергічного ефекту, який утворюється в результаті взаємодії, взаємопідтримки, взаємовпливу всіх складових інтелектуального капіталу. Так, наприклад, за умов, коли підвищуються вимоги споживачів до продукції, загострюється конкурентна боротьба і скорочується життєвий цикл продукту (інакше кажучи, коли відбуваються зміни в клієнтському капіталі), підприємству важливо оновлювати свою продукцію, модернізувати виробничий процес, активно здійснювати інноваційну діяльність, що можливо лише на основі успішного продукування знань, тобто нарощення людського капіталу. Однак модель використання людських ресурсів може бути ефективною тільки в тому випадку, якщо вона ґрунтується на виробничій культурі, яка орієнтована на людину, та існує в умовах творчої атмосфери в колективі, що підкреслює важливість динамічного розвитку організаційного капіталу.

Висновки

Тож, очевидно, що теорія інтелектуального капіталу виступає своєрідною відповіддю на виклик сучасності, який, зокрема, проявляється в актуалізації потреби у формуванні нового розуміння гудвілу. І це об'єктивна закономірність процесу розвитку науки, в т.ч. і фінансової, де кожна наступна теорія не відкидає, не перекидає попередні; а навпаки, акумулює минулі досягнення, бере їх за основу, узагальнює, чим забезпечує можливість відкриття нових горизонтів пізнання істини. Л. Ед-

вінсон і М. Мелоун стосовно цього зазначають: «До кінця поточного десятиліття і в невіддаленому майбутньому сотні тисяч великих і малих компаній в усьому світі візьмуть на озброєння теорію інтелектуального капіталу як засіб виміру, конкретизації та відображення реальної вартості своїх активів. Вони це здійснять тому, що бухгалтерський облік, заснований на інтелектуальному капіталі, дасть їм унікальну можливість комплексного використання всього того, без чого неможлива сучасна економіка динамічних і високотехнологічних корпорацій» [19, с.240].

Тож, в авторській інтерпретації, що базується на теорії інтелектуального капіталу, гудвіл – це незримо присутня в ресурсній базі будь-якої сучасної бізнес-структури та притаманна лише їй унікальна цінність у вигляді вартісного вираження невідображених в бухгалтерському обліку нематеріальних активів інтелектуального капіталу та утворюваного в результаті їх комерційного використання синергетичного ефекту, який проявляється в можливості суттєвого підвищення конкурентоспроможності, ринкової вартості і доходності бізнесу. Позитивними сторонами запропонованого визначення є наступне:

- дозволяє досліджуваний актив небезпідставно розглядати як вартість, що утворюється в результаті функціонування інтелектуального капіталу компанії, який їй належить на правах власності так само, як основний чи оборотний капіталі. Цей аспект дає всі підстави для переконання в необхідності відображення гудвілу в складі інших майнових цінностей компанії, незалежно від наявності чи відсутності корпоративної трансакції. За умов досягнення високого рівня об'єктивності у визначенні величини гудвілу, його репрезентація в публічній звітності сприятиме підвищенню рівня релевантності наведених в ній показників і задоволенню інформаційних запитів всіх стейкхолдерів.

- створює теоретичні основи для конкретизації багатоаспектного складу гудвілу на підставі типологізації інтелектуального капіталу, здійсненої в межах відповідної теорії. По мірі розширення спектру елементів інтелектуального капіталу компанії (коли окрім людського, організаційного, клієнтського капіталів виокремлюють також інноваційний, процесний, соціальний, партнерський, ідеологічний та інші його види [20]), відбувається вирішення проблеми ідентифікації ба-

гатоаспектної природи гудвілу, що обумовлює появу таких його видів, як: споживчий гудвіл, виробничий гудвіл, гудвіл розвитку, екологічний гудвіл тощо [21, с.36, 22, с.160].

- ідентифікує гудвіл як актив, який впродовж багатьох років господарювання формується, використовується і знаходиться в розпорядженні будь-якої компанії, постійно проявляється в її ринковій вартості та оцінюється ринком, хоча і не знаходить свого відображення в балансі (винятком є M&A угоди). Гудвіл є невіддільним від компанії, він не може бути від неї відчуженим, і тому, навіть коли, при певних обставинах, все ж таки стає (хоча і пов'язаним із цілісним майновим комплексом), об'єктом купівлі-продажу, він лише переходить до складу іншої компанії, залишаючи внутрішньофірмову природу свого утворення незмінною. Тож, сказане ставить під сумнів справедливість застосування (на противагу внутрішньо створеному гудвілу), такого якого різновиду, як «придбаний» гудвіл [21, с.26], оскільки сам факт M&A угоди не є причиною виникнення даного активу.

- виявляє можливість з'ясування основоположних причин виникнення позитивного чи негативного гудвілу (бедвілу) на підставі вивчення природи утворення позитивного/негативного корпоративного інтелектуального капіталу [20, с.29], що сприятиме можливості змістовного наповнення результатів, отриманих унаслідок застосування суто математичного алгоритму розрахунку величини гудвіла, коли позитивний чи негативний його вид визначаються шляхом порівняння ринкової оцінки компанії з балансовою оцінкою її активів.

- звертає увагу на необхідність розгляду у складі гудвілу, в якості ще однієї базової компоненти, – синергетичного ефекту як результату взаємодії всіх видів інтелектуального капіталу, задіяного в діяльності підприємства. Адже в сучасних підходах до розгляду компонент гудвілу (і те, лише в поодиноких наукових працях з даної тематики [21, с.53–56, 22, с. 167]), мова йде про вартість синергетичного ефекту, що утворюється виключно, в результаті об'єднання компаній. В цьому зв'язку враховується синергізм від поєднання їх промислових і структурних об'єктів, утворення єдиного апарату управління, змін в комбінаціях видів діяльності і т. ін.. Даний ефект розглядають в розрізі трьох напрямів його досягнення, – операційного, фінансового та інвестиційного; в площині дії ли-

ше фізичного та фінансового капіталів, без врахування результатів змін розвитку складових інтелектуального капіталу, які є основою гудвілу.

• дає підстави враховувати, що науково-виробничі, інформаційно-технологічні, маркетингові та інші унікальні активи інтелектуального капіталу компанії, представлені в гудвілі, є необхідним ресурсом для реалізації нововведень, дієвим організаційно-управлінським інструментом підвищення її ринкової вартості та конкурентоспроможності. Проте, ефективність та цінність цих нематеріальних ресурсів не є гарантованими характеристиками даного феномену: вони визначаються і самозростають лише в контексті прогресивного менеджменту компанії. Тобто, гудвіл, як сукупність активів інтелектуального капіталу, перетворюється на реальне джерело ділового успіху підприємницької структури, коли стає об'єктом управління, в результаті чого забезпечується формування, нарощення та ефективне використання його складових. Однак вирішення даного завдання є неможливим без справедливого та адекватного тлумачення досліджуваної категорії, в чому і вбачається практична користь представленого матеріалу.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк – Т.1. – 2-е изд, перераб., и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 621 с.
2. Gibson R.W., Francis J.R. Accounting for goodwill – A Study of Permissiveness // Abacus. 1975. Vol. 11. Issue 2. Pp. 167–171.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств": Наказ Міністерства фінансів України від 07 липня 1999 року № 163 // Офіційний вісник України. – 2010. – №30. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>
4. Податковий кодекс України: закон України від 02 грудня 2010 року №2755 – VI // Відомості Верховної Ради України – 2011 – №13–14, №15–16, №17. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Крымов С.М., Аникина Н.А. Гудвилл как инструмент управления стоимостью компании / С.М. Крымов, Н.А. Аникина // Вестник ЮУрГУ. Серия: «Экономика и менеджмент». – 2010. – №26. – С.68–72.
6. Schmalenbach E. Grundlagen dynamischer Bilanzlehre // Forschung. 1919. 13 Jg. Pp. 65–101.
7. Seed H.E. Goodwill as business asset. London: Gee & Co, 1937.
8. Руководство по оценке бизнеса: Пер. с англ. / Гленн М. Десмонд, Ричард Э. Келли. – М.: РОО: Акад. оценки, 1996. – 262 с.
9. Фаїзова О.Л. Роль гудвілу в управлінні вартістю вітчизняного промислового підприємства / О.Л. Фаїзова // Економіка і суспільство – 2017. – Випуск 8. – С.386–390.
10. Бондар М. І. Визнання гудвілу при придбанні підприємства з метою його відображення в обліку / М. І. Бондар // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; редкол.: О. О. Беляєв (відп. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2010. – Вип. 24. – С. 528–536.
11. Ходаківський Є.І., Плотнікова М.Ф., Мосієнко О.В. Гештальти гудвілу в корпоративному управлінні підприємств / Є.І. Ходаківський, М.Ф. Плотнікова, О.В. Мосієнко // Інтелект XXI. – 2017. – №6. – С.168–171.
12. Иванов А.Е., Матвийшина Е.М. Анализ современных методов оценки деловой репутации / А.Е. Иванов, Е.М. Матвийшина // Вестник ЮУрГУ. Серия: «Экономика и менеджмент». – 2009. – №21. – С.16–21.
13. Швїндіна Г.О., Кошевець В.В. Ділова репутація як показник ефективності функціонування організації / Г.О. Швїндіна, В.В. Кошевець // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2011. – №2. – С.75–79.
14. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. О гудвилле «собачьем, кошачьем» и не только: к вопросу о надуманных категориях, классификациях и алгоритмах / Ковалев В.В., Вит. В. Ковалев // Вестник СПбГУ. Сер.5. – 2016. – Вып.4. – С.124–153.
15. Дудин М.Н., Нижегородцев Р.М., Секерин В.Д. Развитие предпринимательской структуры путем повышения капитализации гудвилла / М.Н. Дудин, Нижегородцев Р.М., В.Д. Секерин // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2016. – Вып.1(28). – С.129–135.
16. Калинин О.И. Анализ основных методик экономической оценки стоимости гудвилла / О.И. Калинин // Вестник Ставропольского государственного университета – 2011. – №75 – С.196–204.
17. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организации / Пер. с англ. – М.: Поколение, 2007. – 368с. С.54.
18. Построение системы управления знаниями на предприятии: учебное пособие / В.А. Дресвянников. – М.: КНОРУС, 2008. – 344с.

19. Edvinsson L., Malone M.S., Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. N.Y.: Happer Business, 1997.

20. Притуляк Н.М. Класифікація інтелектуального капіталу – методологічний аспект внутрішньофірмового управління / Н.М. Притуляк // Економіка України. – 2015. – №10 (647). – С.23–32.

21. Гудвил: синергетическая сущность, оценка, учет, анализ: монография / А.Е. Иванов, Н.А. Соколова, Н.В. Генералова, Е.Ю. Саломатина; под науч. Ред. Е. Иванова. – М.:РИОР: нфра–М, 2017. – 227с.

22. Пилипенко Л.М. Система публічної звітності корпорацій в умовах постіндустріальної економіки: дис. ... доктора екон. наук: 08.00.09 / Пилипенко Любомир Миколайович. – Львів, 2016. – 466с.

References

1. Blank Y.A. Osnovy fyansovoho menedzhmenta / Y.A. Blank – T.1. – 2-e yzd, pererab., y dop. – K.: Zhla, Nyka–Tsentr, 2004. – 621s.

2. Gibson R.W., Francis J.R. Accounting for goodwill – A Study of Permissiveness // Abacus. 1975. Vol. 11. Issue 2. Pp. 167–171.

3. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 19 «Obiednannia pidpriemstv»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07 lypnia 1999 roku № 163 // Ofitsiyni visnyk Ukrainy. – 2010. – №30. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>

4. Podatkovyi kodeks Ukrainy: zakon Ukrainy vid 02 hrudnia 2010 roku №2755 – VI // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – 2011 – №13–14, №15–16, №17. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

5. Krymov S.M., Anykyna N.A. Hudvill kak ynstrument upravleniya stoymosti kompaniy / S.M. Krymov, N.A. Anykyna // Vestnyk YuUrHU. Seryia: «Экономика y menedzhment». – 2010. – №26. – С.68–72.

6. Schmalenbach E. Grundlagen dynamischer Bilanzlehre // Forschung. 1919. 13 Jg. Pp. 65–101.

7. Seed H.E. Goodwill as business asset. London: Gee & Co, 1937.

8. Rukovodstvo po otsenke byznesa: Per. s anhl. / Hlenn M. Desmond, Rychard Э. Kelly. – M.: ROO: Akad. otsenky, 1996. – 262 s.

9. Faizova O.L. Rol hudvily v upravlinni vartistiv vitchyznianoho promyslovoho pidpriemstva / O.L. Faizova // Ekonomika i suspilstvo – 2017. – Vypusk 8. – С.386–390.

10. Bondar M. I. Vyznannia hudvily pry prydbanni pidpriemstva z metoiu yoho vidobrazhennia v obliku / M. I. Bondar // Formuvannia rynkovoї ekonomiky : zb. nauk.

pr. / M–vo osvity i nauky Ukrainy, DVNZ «Kyiv. nats. ekon. un–t im. V. Hetmana»; redkol.: O. O. Bieliaiev (vidp. red.) [ta in.]. – Kyiv : KNEU, 2010. – Vyp. 24. – S. 528–536.

11. Khodakivskiy Ye.I., Plotnikova M.F., Mosiienko O.V. Heshtalty hudvily v korporatyvnomu upravlinni pidpriemstv / Ye.I. Khodakivskiy, M.F. Plotnikova, O.V. Mosiienko // Intelekt KhKhI. – 2017. – №6. – S.168–171.

12. Yvanov A.E., Matvyishyna E.M. Analiz sovremennykh metodov otsenky delovoi reputatsyy / A.E. Yvanov, E.M. Matvyishyna // Vestnyk YuUrHU. Seryia: «Экономика y menedzhment». – 2009. – №21. – S.16–21.

13. Shvindina H.O., Koshevets V.V. Dilova reputatsiia yak pokaznyk efektyvnosti funktsionuvannia orhanizatsii / H.O. Shvindina, V.V. Koshevets // Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriia Ekonomika. – 2011. – №2. – S.75–79.

14. Kovalev V.V., Kovalev Vyt.V. O hudvilly «sobachem, koshachem» y ne tolko: k voprosu o nadumannykh katehoryakh, klassyfykatsiyakh y alhorytmakh / Kovalev V.V., Vyt. V. Kovalev // Vestnyk SPbHU. Ser.5. – 2016. – Vyp.4. – S.124–153.

15. Dudyn M.N., Nyzhehorodtsev R.M., Sekeryn V.D. Razvytye predprynimatelskoi struktury putem povysheniya kapytalizatsyy hudvilly / M.N. Dudyn, Nyzhehorodtsev R.M., V.D. Sekeryn // Vestnyk Permskoho unyversyteta. Seryia: Экономика. – 2016. – Vyp.1(28). – S.129–135.

16. Kalynskiy O.Y. Analiz osnovnykh metodyk ekonomicheskoi otsenky stoymosti hudvilly / O.Y. Kalynskiy // Vestnyk Stavropolskoho hosudarstvennoho unyversyteta – 2011. – №75 – S.196–204.

17. Stiuart T. Yntellektualnyi kapytal. Novyi ystochnyk bohatstva orhanyzatsyy / Per. s anhl. – M.: Pokolenye, 2007. – 368s. S.54.

18. Postroyeniye systemy upravleniya znaniyamy na predpriyatyy: uchebnoye posobyе / V.A. Dresviannykov. – M.: KNORUS, 2008. – 344s.

19. Edvinsson L., Malone M.S., Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. N.Y.: Happer Business, 1997.

20. Prytuliak N.M. Klyasifikatsiia intelektualnoho kapitalu – metodolohichni aspekt vnutrishnofirmovoho upravlinnia / N.M. Prytuliak // Ekonomika Ukrainy. – 2015. – №10 (647). – S.23–32.

21. Hudvyl: synerhetycheskaia sushchnost, otsenka, uchet, analiz: monohrafiya / A.E. Yvanov, N.A. Sokolova, N.V. Heneralova, E.Yu. Salomatyna; pod nauch. Red. E. Yvanova. – M.:RYOR: nфра–M, 2017. – 227s.

22. Pylypenko L.M. Systema publichnoi zvitnosti korporatsii v umovakh postindustrialnoi ekonomiky: dys. ... doktora ekon. nauk: 08.00.09 / Pylypenko Liubomyr Mykolaiovych. – Lviv, 2016. – 466s.

Дані про авторів

Причуляк Наталія Миколаївна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ, «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

e-mail: fin_an@ukr.net

Козійчук Марія Вікторівна,

студентка 4-го курсу факультету фінансів, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

e-mail: marialaxy@gmail.com

Данные об авторах

Причуляк Наталия Николаевна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры корпоративных финансов и контроллинга, ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

e-mail: fin_an@ukr.net

Козійчук Марія Вікторівна,

студентка 4-го курсу факультета фінансов, ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

e-mail: marialaxy@gmail.com

Data about the authors

Natalia Pritulyak,

Candidate of Sciences (Economics), associate professor, Associate Professor of the Department of Corporate Finance and Controlling, Kyiv National Economic University Named after Vadym Hetman

e-mail: fin_an@ukr.net

Maria Koziychuk,

student of the 4th course of the Faculty of Finance Kyiv National Economic University Named after Vadym Hetman

e-mail: marialaxy@gmail.com

УДК 655.59

ДРОК П.В.,
ГОРДЕЄВ Р.В.

Сучасні тенденції розвитку видавничо-поліграфічної справи

Предметом дослідження є теоретичний аспект становлення сучасних тенденцій розвитку сучасної Української освіти.

Метою дослідження є пошук методів вдосконалення сучасних тенденцій видавничо-поліграфічної справи в контексті розвитку сучасної Української освіти.

Методи дослідження. У роботі застосовано сукупність наукових методів і підходів, у тому числі системний, структурний, порівняльний, факторний, що дозволило реалізувати концептуальну єдність дослідження.

Результати роботи. Визначено особливості реалізації вітчизняної видавничо-поліграфічної справи України та пошук методів вдосконалення.

Галузь застосування результатів роботи. Сучасна Українська освіта.

Висновки. Важливим етапом у видавничій галузі є забезпечення поповнення обігових коштів та пошук інвесторів (спонсорів) з інших сфер бізнесу і з їх допомогою вкладання грошей в українську книжку.

Таким чином головною умовою покращення діяльності видавничої сфери в Україні є впровадження системних засад у видавничо-поліграфічну сферу для формування національного інформаційного простору новітньої України.

Ключові слова: інновації, дисципліни видавничої-поліграфічної справи, інформаційно-комунікаційні технології, освітня діяльність, інформаційна діяльність.

ДРОК П.В.,
ГОРДЕЄВ Р.В.

Современные тенденции развития издательско-полиграфического дела

Предметом исследования является теоретический аспект становления издательско-поли-