

сферах, а також буде займатись аналітичною роботою, виявляти системні чинники що сприяють розвитку економічної злочинності та вчиненню таких злочинів і надавати на основі такого аналізу пропозиції Міністерству щодо формування державної політики з метою забезпечення ефективної превенції економічних злочинів.

Планується, що Служба фінансових розслідувань буде координувати свою діяльність з іншими правоохоронними органами, фінансовими органами, органами статистики, державної служби, державними фіскальною, митною та контрольно-ревізійною службами, іншими контролюючими органами, установами банків

Отже, необхідність ведення ефективної боротьби з правопорушеннями в економічній сфері і корупцією та формування надійної системи забезпечення економічної безпеки держави потребує створення в Україні єдиного центрального органу виконавчої влади – Служби фінансових розслідувань (фінансової поліції), діяльність якого буде спрямована на виявлення, попередження, припинення, розкриття і розслідування протиправних посягань на права людини і громадянина, інтереси суспільства і держави у фінансово-економічній сфері.

**Юлія Вікторівна Ланчак** – студентка III курсу Сумської філії  
Харківського національного університету внутрішніх справ  
Науковий керівник: **Людмила Анатоліївна Парфентій** – доцент  
кафедри соціально-економічних дисциплін Сумської філії Харківського  
національного університету внутрішніх справ,  
кандидат економічних наук

## **ОСОБЛИВОСТІ ГУДВІЛУ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНОГО АКТИВУ ПІДПРИЄМСТВА**

Основні тенденції розвитку економіки свідчать, що дедалі більшого значення набувають нематеріальні активи підприємства, одним із яких є гудвіл, який використовується у фінансовій діяльності підприємства та є його невід'ємним компонентом. Міжнародний досвід показує наскільки швидко зростає важливість даного елементу. Це пов'язано з тим, що спостерігається збільшення випадків купівлі-продажу підприємств. У такій ситуації є дуже доцільним використання гудвілу з метою вдалого придбання або зацікавлення зовнішніх користувачів для ділових стосунків. Тому вдалий гудвіл є запорукою успіху, а отже вкрай важливо розуміти, що саме являє собою дане поняття. Проте на сьогоднішній день єдиного визначення немає [1, с. 168]. Зокрема можемо виділити наступні визначення:

1. Гудвіл – це перевищення вартості придбання над часткою покушя у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання [2].

2. 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 [3].

3. 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 [4].

Таким чином, із наведених вище визначень можемо зробити висновок, що гудвіл – це специфічний нематеріальний актив, який відображає ділову репутацію через вартісну оцінку, що визначається як різниця між вартістю придбання підприємства як цілісного майнового комплексу та вартістю його чистих активів на дату здійснення операції.

Аналіз тлумачень категорії «гудвіл» дає змогу зробити висновок, що поряд існують споріднені категорії, такі як «корпоративний імідж», «бренд», «торговельна марка», «престиж». Зауважимо, що гудвіл відрізняється від зазначених категорій, але при цьому між ними існує тісний взаємозв'язок. Торгівельна марка, бренд і корпоративний імідж є складовими маркетингової політики та є більш приблизними та умовними. При цьому, гудвіл суттєво відрізняється наявністю чіткої оцінки, що вказує на бухгалтерський характер походження цієї категорії. Також гудвіл співвідносять з категорією «ділова репутація». Спільною ознакою є принесення прибутку в майбутньому, який перевищує середній прибуток фірм зі спорідненою діяльністю через розроблену маркетингову стратегію, репутацію у діловому світі, нові технології. Водночас на відміну від гудвілу ділова репутація підприємства має більш широкую сферу застосування [5, с. 28-29]. Зарубіжні вчені формують власний підхід до визначення факторів формування та елементів гудвілу. Зокрема Р. Ф. Рейлі та Р. П. Швайс виокремлюють три складові гудвілу, що розглядають як фактори його створення:

1. Операційні активи бізнесу, що існують безпосередньо на підприємстві та готові до використання. Серед них можна виокремити: капітал (наприклад, устаткування), управління (наприклад, менеджмент) та робочу силу (наприклад, працівники). При раціональному та правильному використанні цих компонентів разом на одному підприємстві матиме місце додатковий синергетичний ефект.

2. Існування додаткового економічного прибутку – прибутку підприємства, що перевищує середній прибуток у галузі. Дану складову гудвілу не можемо конкретно віднести до матеріальних чи нематеріальних активів підприємства.

3. Очікування ймовірних подій, що відбудуться у майбутньому і не матимуть безпосереднього зв'язку з поточною діяльністю бізнесу окремого підприємства. Серед них виокремлюють очікувані злиття та поглинання, ймовірні капіталовкладення, майбутні замовники або клієнти, прогнозовані товари або послуги [6].

Отже, гудвіл являє собою наявність переваг над конкурентами, які створюються протягом тривалого проміжку часу за допомогою впливу на окремі його компоненти. Головними складовими даного засобу є майнові та персональні компоненти. Майнова складова містить активи, що безпосередньо формують репутацію підприємства та підлягають оцінці. Персональна складова має умовний характер і полягає у професійних навичках персоналу та іміджу компанії.

#### Література

1. Судин Ю. Гудвіл у системі бухгалтерського обліку [Текст] / Ю. Судин // Облік і Аудит. – 2016. – № 2. – С. 168-177.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 7 серпня 1999 № 163 / Міністерство фінансів України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>. – Законодавство України.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : за станом на 1 березня 2019 р. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. – Законодавство України.
4. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу / С. В. Сагова // Фінанси, облік і аудит : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. № 14. – С. 291-298.
5. Іонін Є. Є. Гудвіл [Текст] / Є. Є. Іонін // Агросвіт. – 2016. – № 1-2. – С. 27-31.
6. Рейлі Р., Швайс Р. Оцінка нематеріальних активів / Р. Рейлі, Р. Швайс, Пер. з англ. Бюро перекладів Ройд. – М. : ІД «КВІНТО-КОНСАЛТИНГ», 2005. – 792 с.

**Юлія Юріївна Литвин** – студентка I курсу факультету № 6  
Харківського національного університету внутрішніх справ  
Науковий керівник: **Оксана Сергіївна Маковоз** – завідувач кафедри  
економіки та фінансів факультету № 6 Харківського національного  
університету внутрішніх справ, доктор економічних наук, доцент

## ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Страхова галузь України, як і вся національна економіка, зазнає сьогодні безпрецедентних змін – політичних, юридичних, економічних, соціальних, технологічних. Важливого значення набуває вироблення стратегії розвитку страхових відносин між дійовими особами ринку –