

інформаційно-комунікаційна інфраструктура;

– моніторинг. Без оцінки і висвітлення результатів роботи система внутрішнього контролю її діяльність не може бути ефективною. Тому необхідне забезпечення проведення постійного моніторингу виявлених негативних фактів та заходів щодо їх усунення.

Дотримуючись вказаних аспектів та елементів системи внутрішнього контролю в закладах можна досягти як зниження рівня видатків, так і приросту можливостей одержання більшого доходу за спеціальним фондом, а ще значно вищого рівня обслуговування. Лише так можна сподіватися на якісну і ефективну діяльність закладу та надання високоякісних послуг.

Результатами діяльності установ слугують обсяг і якість наданих населенню послуг, що залежить від наявності, стану та використання активів.

### **Список використаної літератури**

1. Бенько І.Д. Методика обліку доходів та видатків в установах освіти. *Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 31 травня – 1 червня 2018 р.* Тернопіль: ТНЕУ, 2018. С.10–12.

2. Бенько І.Д., Гуцайлюк Л.О. Роль і місце бюджетного обліку в організації фінансування бюджетних установ та шляхи його модернізації. *Галицький економічний вісник. Науковий журнал.* 2009. № 3. С. 167–170.

3. Бенько І.Д. Методика обліку фінансово-господарської діяльності закладів охорони здоров'я. *Наук.-практ. журнал. Причорноморські економічні студії.* Вип. 27. Ч 2. Одеса. ПНДІЕІ, 2018. С.121–125.

4. Бенько І.Д., Сисюк С.В. Корупція в сфері публічних закупівель: форми прояву та засоби протидії. *Наук.-практ. журнал. Причорноморські економічні студії.* Вип. 38. Ч 2. Одеса. ПНДІЕІ. 2019. С.84–87.

### **ГРУПА ОПДзм-11**

**С. Антонишин**

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні тенденції розвитку економічних відносин визначають необхідність відображення в обліку об'єктів, що мають інформаційну природу (корпоративна культура, зв'язки з клієнтами тощо). Методика відображення в бухгалтерському обліку активів індустріальної епохи удосконалювалася, тоді

як підприємства постіндустріальної епохи працюють з інформацією, яка не знаходить свого відображення в обліку та фінансовій звітності.

Питання обліку ресурсів, що мають інформаційну природу, тісно пов'язане з обліком гудвілу, як репутації підприємства, оскільки саме вони і становлять його сутність, та з обліком нематеріальних активів, складовими якого до недавнього часу був і гудвіл. Проте, тоді як інформаційні ресурси не визнаються активами підприємства, розгляд гудвілу і введення його до системи бухгалтерського обліку сприймаються беззаперечно [1].

Така ситуація призводить до проблем, пов'язаних з відображенням об'єктів, що мають інформаційну природу і не можуть бути ідентифікованими в процесі звичайної діяльності підприємства в бухгалтерському обліку та звітності.

Питання доцільності введення до облікової системи інформаційних ресурсів підприємства через нематеріальні активи останнім часом широко обговорюється в економічних колах, проте однозначної позиції як у економістів так і у обліковців щодо цього не існує.

Можна виокремити дві діаметрально протилежні думки західних учених щодо необхідності відображення в обліку інформаційних ресурсів (табл. 1.).

Таблиця 1.

Погляди щодо необхідності відображення в обліку гудвілу

№ з/п	Вид погляду	Сутність погляду
1	Консервативний	Полягає у супротиві появи цих об'єктів в обліковій системі. Мотивується такий підхід тим, що будь-яка оцінка нематеріальних активів є вкрай суб'єктивною. Дійсно, за умови відображення поточної вартості нематеріальних активів, облік стає суб'єктивним. Порушується один з основних його принципів – обачність
2	Ліберальний	Полягає в дотриманні погляду про економічну доцільність введення до облікової системи об'єктів з інформаційною природою

Проте такі полеміки фокусують навколо відображення інформаційних ресурсів підприємства у складі активів, а власне “гудвілу”.

**Гудвіл** (goodwill) – актив, який генерує майбутні економічні вигоди, що пов'язані та виникають з інших активів, отриманих при об'єднанні бізнесу та

які не ідентифікуються і не визначаються окремо. Останні виникають внаслідок використання кращих управлінських якостей, панівної позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо. Тобто це цінове вираження іміджу підприємства як основної конкурентної переваги, загального образу, репутації, думки громадськості, споживачів і партнерів про престиж підприємства, його товари та послуги [2].

Природа гудвілу пов'язана з такими чинниками :

1) внутрішні ресурси підприємства, що створюють імідж підприємства за умови їх ефективного використання;

2) зовнішні чинники, що виникають під час продажу підприємства і формують його репутацію.

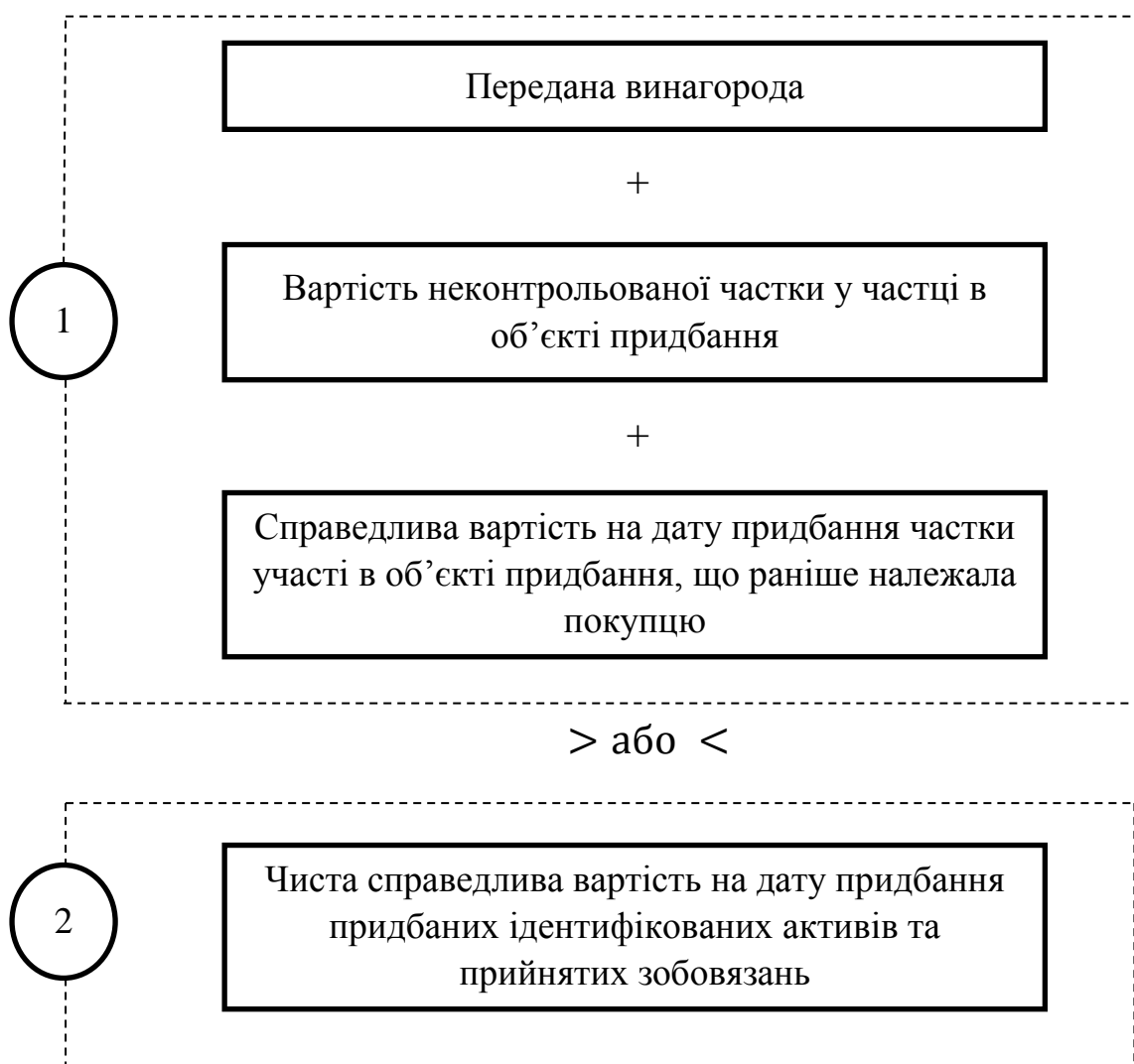


Рис. 2. Алгоритм визначення гудвілу при об'єднанні підприємств [3].

МСБО 38 акцентують, що внутрішньо створений гудвіл визнаватися не повинен. Разом з тим існування гудвілу у будь-якій компанії є беззаперечним фактом однак його визнанню як активу перешкоджає те, що він не є

ідентифікованим ресурсом (тобто невідокремлюваний і не виникає з договірного або іншого юридичного права), контрольованим підприємством, а його собівартість не може бути надійно оцінена.

Таким чином, внутрішньо створені бренди, торгові марки, назви, що публікуються, переліки споживачів не підлягають визнанню як нематеріальних активів. Витрати на них не можуть бути відокремлені від загальних витрат на розвиток бізнесу. Такі нематеріальні активи можуть бути визнані в разі їх купівлі, безоплатного отримання або в результаті об'єднання бізнесу [3].

Відповідно до МСФЗ 3 результат придбання й об'єднання підприємств розраховують як залишок внаслідок порівняння двох величин, позначених на рис. 2 цифрами 1 та 2.

Тобто можна розрізнити “гудвіл, що виникає під час продажу” і “внутрішньо-сформований гудвіл”. При цьому виходячи з особливостей економічного буття можемо вказати на те, що перший у процесі економічної діяльності переходить у другий.

Тобто дійдемо до висновку, що у будь-якому випадку, вартість внутрішніх ресурсів підприємства виражається під час продажу підприємства в грошовому вимірнику через гудвіл. Тобто гудвіл є сукупністю інформаційних ресурсів підприємства, вартість яких визначається лише у разі продажу підприємства.

### **Список використаної літератури**

4. Шухманн В., Панасюк В., Бурденюк Т. Методика аналізу ефективності впровадження технологій інформаційної безпеки підприємства. *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія*: матеріали III-ої міжнар. наук-практ. інтернет-конф. – Тернопіль, 2018. – с. 77-79.

5. Панасюк В. М., Сохацька О. М., Мельничук І. В., Бурденюк Т. Г. Практикум (case study) з дисципліни «Міжнародні стандарти обліку та звітності»: Норвегія Vs. Україна: навч. посібн. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. – 211 с.

6. Крисоватий А. І., Панасюк В. М., Мельничук І. В., Бурденюк Т. Г. Міжнародні стандарти обліку та звітності : підручник / за заг. ред. проф. А. І. Крисоватого проф. В. М. Панасюк. Тернопіль: ЗУНУ. В-во «Економічна думка». 2021. 580 с.