

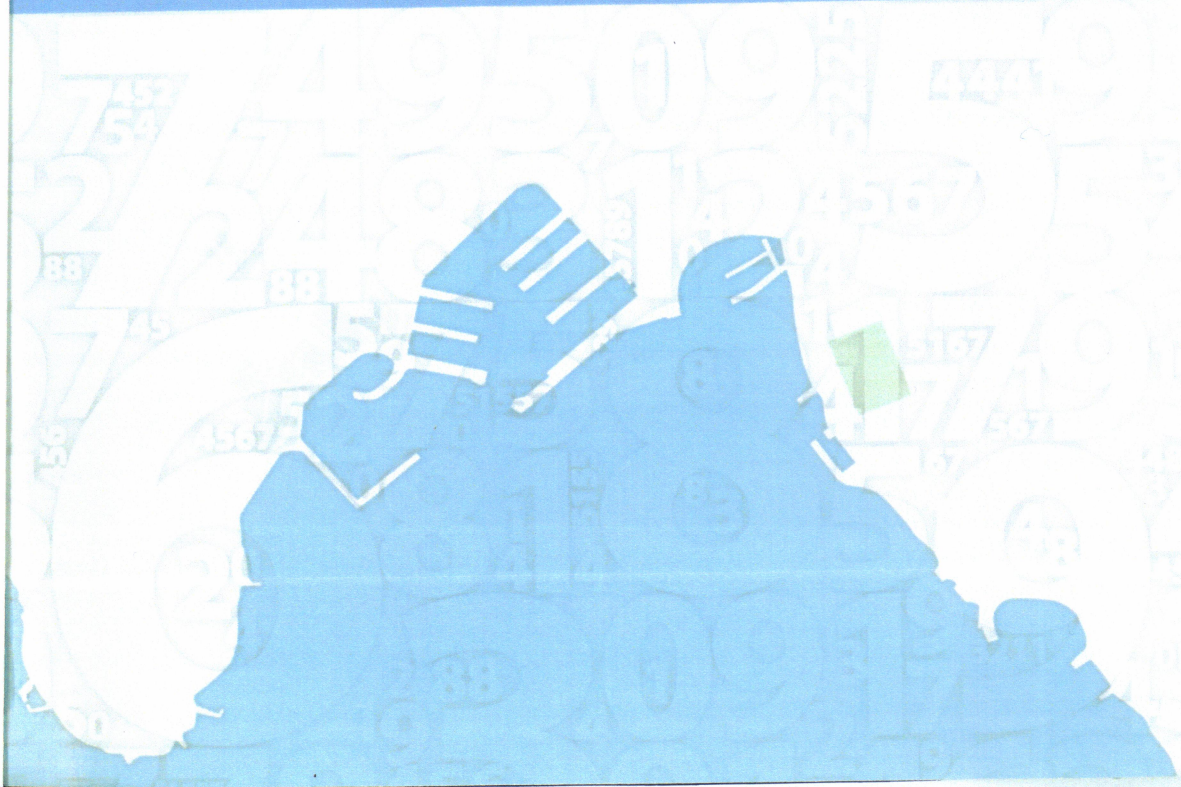


Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika

UTJECAJ PROMJENA RAČUNOVODSTVA, POREZA I PLAĆA NA GOSPODARSKI RAST HRVATSKE

52. simpozij

Hotel Olympia - Vodice, 1. - 3. lipnja 2017.





Izdavač:

HRVATSKA ZAJEDNICA RAČUNOVOĐA I FINANCIJSKIH DJELATNIKA

Za izdavača:

mr. sc. Bogomil COTA, predsjednik
Hrvatske zajednice računovođa i financijskih djelatnika

Predsjednik Izdavačkog savjeta:

prof. dr. sc. Stjepan TADIJANČEVIĆ

Glavni urednik Zbornika:

prof. dr. sc. Danimir GULIN

Redaktori:

mr. sc. Bogomil COTA
prof. dr. sc. Danimir GULIN
prof. dr. sc. Stjepan TADIJANČEVIĆ
prof. dr. sc. Lajoš ŽAGER

Lektor:

Ana KRIVEC, prof.

Korektor:

Damir MALIGEC

Grafičko oblikovanje i prijelom:

Miljenka STANKOVIĆ
Željka PERVAN

Slika naslovnice:

Zoran SKORIĆ (Zagreb)

Tisak:

SVEUČILIŠNA TISKARA, TRG M. TITA 14, ZAGREB

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice
u Zagrebu pod brojem 000964642
ISBN 978-953-277-113-8

SADRŽAJ

EFEKTI PROMJENA U RAČUNOVODSTVU I REVIZIJI

1.	OSVRT NA AKTUALNA PITANJA I BUDUĆNOST RAČUNOVODSTVENE PROFESIJE (prof. dr. sc. Danimir Gulin).....	1
2.	RAČUNOVODSTVENA DOKUMENTACIJA, ELEKTRONIČKI POTPIS, EUROPSKA ISKUSTVA I STANJE U HRVATSKOJ (Ivica Milčić, univ. spec. oec.).....	8
3.	IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA SUKLADNO NOVIM MEĐUNARODNIM REVIZIJSKIM STANDARDIMA (mr. sc. Damir Krajačić).....	15
4.	TRANSPARENTNOST REVIZIJSKIH DRUŠTAVA U RH (Marko Čular).....	37
5.	FINANCIJSKO IZVJEŠTAVANJE MIKRO PODUZEĆA U RH I EU (doc. dr. sc. Ivana Pavić).....	50
6.	KOMPARATIVNI PRIKAZ PRIMJENE RAČUNOVODSTVENIH METODA OBRAČUNA UDJELA U POVEZANIM DRUŠTVIMA PREMA MSFI-ju I HSFI-ju (izv. prof. dr. sc. Hrvoje Perčević, Marina Mićin, mag. oec.).....	68
7.	UPRAVLJANJE DUGOTRAJNOM NEMATERIJALNOM IMOVINOM (GOODWILL) S CILJEM POSTIZANJA KONKURENTNOSTI (dr. sc. Marija Šain, Maja Haršanji, mag. oec., dr. sc. Ivana Šerić).....	89
8.	MEĐUNARODNI STANDARDI EDUKACIJE ZA PROFESIONALNE RAČUNOVOĐE (prof. dr. sc. Boris Tušek).....	102
9.	OBRAZOVANJE I KVALIFIKACIJE RAČUNOVOĐA KAO PREDUVJET KVALITETE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA (doc. dr. sc. Mirjana Hladika, Ivica Milčić, univ. spec. oec.).....	133
10.	IZAZOVI U REGULIRANJU RAČUNOVODSTVENE PROFESIJE (prof. dr. sc. Katarina Žager).....	150

Dr. sc. MARIJA ŠAIN,
Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
e-mail: mmihalje1@unios.hr

MAJA HARŠANJI, mag. oec.,
Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
e-mail: maja.harsanji@gmail.hr

Dr. sc. IVANA ŠERIC,
Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
e-mail: itokic@unios.hr

UPRAVLJANJE DUGOTRAJNOM NEMATERIJALNOM IMOVINOM (GOODWILL) S CILJEM POSTIZANJA KONKURENTNOSTI

1. UVODNA RAZMATRANJA O GOODWILLU

Svako poduzeće nastoji vrednovati svoju imovinu i utvrditi svoju vrijednost na tržištu. Prema Meler, Stjepanović (1992: 207) kriterije vrednovanja poduzeća moguće je podijeliti na:

- a) mjerljive (opipljive) koje je moguće na bilo koji način kvantificirati (npr. fizički i vrijednosni opseg prodaje poduzeća, stanje zaliha, ostvareni izvoz itd.)
- b) nemjerljive (neopipljive) koje ni na koji način nije moguće kvantificirati (npr. imidž poduzeća i/ili određenog proizvoda, *goodwill* poduzeća itd.).

U ovom radu naglasak se stavlja na nemjerljivu, tj. neopipljivu imovinu koja može biti značajan faktor u kreiranju tržišne vrijednosti poduzeća, a time i važan faktor njegove konkurentnosti na tržištu. Kao što je prethodno navedeno, neopipljiva imovina poduzeća odnosi se najčešće na imidž i *goodwill* poduzeća. Ovo potonje je ujedno i tema istraživanja u ovome radu.

Goodwill se prevodi kao ugled, reputacija, dobar glas i sl. Ono predstavlja strateški važnu imovinu poduzeća jer izražava vrijednost ugleda poduzeća. *Goodwill* je, kao što je prethodno spomenuto, neopipljiva komponenta poduzeća, pripada nematerijalnoj imovini, tj. nefinancijskoj imovini koja je bez fizičkog obilježja i koja se ne može identificirati. U Međunarodnim standardima financijskog izvješćivanja (MSFI 3) *goodwill* je definiran kao buduća ekonomska korist koja proizlazi iz imovine stečene u poslovnom spajanju, a koju nije moguće pojedinačno identificirati i zasebno priznati. Neke druge definicije navode da je *goodwill* „razlika između vrijednosti neke tvrtke na tržištu dionica u određenom vremenu i njezine računovodstveno utvrđene neto imovine. To je premija koju kupac nekog poduzeća mora platiti iznad neto imovine poduzeća zbog njegove reputacije na tržištu, marke, stručnosti menadžmenta i zaposlenih, te općeg know-howa. Riječ je o “neopipljivoj”, dugoročnoj imovini po-

dužeća koja mu omogućuje da ostvaruje veći profit od normalnog ili klasične stope profita što ga ostvaruju druga poduzeća sličnog tipa.¹ Povezano s tim, na *goodwill* utječu mnogobrojni (nematerijalni) čimbenici s kojima je potrebno dobro upravljati kako bi se postigla određena vrijednost i ujedno prednost poduzeća na tržištu.

Sukladno svemu navedenom, može se pomisliti da je *goodwill* poduzeća isto što i njegov imidž te je stoga potrebno naglasiti da imidž predstavlja kvalitativnu predodžbu o poduzeću, dok je *goodwill* kvantitativno (računovodstveno) iskazana vrijednost poduzeća, tj. *goodwill* je širi pojam od imidža i pripada računovodstvenoj kategoriji (Meler, Stjepanović, 1992: 210).

Iako se najčešće pribjegava vrijednosnom utvrđivanju materijalne i mjerljive imovine poduzeća, svakako postoji potreba za vrednovanjem nematerijalne imovine koja, kako je prethodno navedeno, može biti značajan aspekt konkurentnosti na tržištu. Potrebu za vrednovanjem nematerijalne imovine, uključujući *goodwill*, potvrđuje i Sudyn (2015: 106) koji navodi njezin značajan utjecaj na tržišnu vrijednost poduzeća prikazujući primjer korporacije kao što je Coca-Cola čiji je omjer materijalne i nematerijalne imovine 4:96. Sukladno tome, značajan udio imovine u navedenoj, svjetski poznatoj korporaciji čini nematerijalna imovina.

Teorijska i metodološka osnova rada su hrvatski i međunarodni standardi financijskih izvještavanja, međunarodni računovodstveni standardi te ostala znanstvena i stručna literatura o predmetnom području. Računovodstvena uloga *goodwill* prikazuje se kroz primjer poslovnog spajanja - statutarna konsolidacija.

2. HRVATSKI STANDARDI FINANIJSKOG IZVJEŠĆIVANJA

Obveznici primjene Zakona o računovodstvu (Nar. nov., br. 78/15. i 134/15., 120/16.), razvrstani kao mali i srednji poduzetnici, ukoliko se s njihovim financijskim instrumentima ne trguje na organiziranom tržištu, obvezni su primjenjivati od 1. siječnja 2008. godine Hrvatske standarde financijskog izvještavanja (HSFI). „Kod izrade hrvatskih računovodstvenih standarda vodilo se računa o globalizaciji odnosno harmonizaciji financijskog računovodstva tako da je u tom smislu prijedlog hrvatskih standarda jednim dijelom temeljen na Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MRS/MSFI).“² Također, vodilo se računa da ne budu suprotni IV. i VII. Direktivi EU-a te da se na neki način uzmu u obzir specifičnosti financijskog izvještavanja malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj.

Nacrt prijedloga HSFI-ja izradila je Radna grupa koju je imenovao Odbor za standarde financijskog izvještavanja u RH (OSFI), a temeljni principi prilikom izrade su:

- jednostavnost i razumljivost
- puna implementacija prve, četvrte i sedme direktive EU-a
- brojevi standarda slijede povezanost s pozicijama financijskih izvještaja, posebno bilance i računa dobiti i gubitka

¹ <http://www.poslovni.hr/leksikon/goodwill-674> (27. 2. 2017.).

² <http://www.orkis.hr/Hrvatski-standardi-financijskog-izvjestavanja/16936.aspx> (03. 02. 2017.).

- kao temelj za izradu bili su MRS-ovi jer su u nedostatku nacionalnih standarda oni u RH primjenjivani od 1993. godine.³

„Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (HSFI) su računovodstvena načela i pravila sastavljanja i prezentiranja financijskih izvještaja koje primjenjuje računovodstvena struka, a donosi ih Odbor za standarde financijskog izvještavanja.“ (Baica, 2008: 28).

U Republici Hrvatskoj svi su poduzetnici dužni sastavljati i prezentirati godišnje financijske izvještaje primjenom HSFI-ja. Godišnje financijske izvještaje primjenom MSFI-ja dužni su sastavljati i prezentirati veliki poduzetnici i poduzetnici čije su dionice ili dužnički vrijednosni papiri uvršteni, ili se obavlja priprema za njihovo uvrštenje na organizirano tržište vrijednosnih papira. Iz toga proizlazi da HSFI, zapravo, primjenjuju mali i srednji poduzetnici čije dionice ili dužnički vrijednosni papiri nisu uvršteni ili se ne obavlja priprema za njihovo uvrštenje na burzu. „Cilj Hrvatskih standarda financijskog izvješćivanja je da financijski izvještaji pruže informacije o financijskom položaju, financijskoj uspješnosti i novčanim tokovima poduzetnika koje koriste vanjski korisnici pri donošenju ekonomskih odluka.“ (Mamić Sačer, Smrekar, 2008: 190). Takvi izvještaji zahtijevaju kvalitetne, transparentne i usporedne informacije u financijskim izvještajima te pružaju informaciju o imovini, obvezama, kapitalu, prihodima, rashodima, dobiti i gubitku, promjenama u kapitalu i novčanom toku.

Objavljeni HSFI su sljedeći:

HSFI 1 - Financijski izvještaji

HSFI 2 - Konsolidirani financijski izvještaji

HSFI 3 - Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena, pogreške

HSFI 4 - Događaji nakon datuma bilance

HSFI 5 - Dugotrajna nematerijalna imovina

HSFI 6 - Dugotrajna materijalna imovina

HSFI 7 - Ulaganja u nekretnine

HSFI 8 - Dugotrajna imovina namijenjena prodaji i prestanak poslovanja

HSFI 9 - Financijska imovina

HSFI 10 - Zalihe

HSFI 11 - Potraživanja

HSFI 12 - Kapital

HSFI 13 - Obveze

HSFI 14 - Vremenska razgraničenja

HSFI 15 - Prihodi

HSFI 16 - Rashodi

HSFI 17 - Poljoprivreda.

Za potrebe ovoga rada bit će detaljnije pojašnjena uloga i značaj HSFI-ja 5 - Dugotrajna nematerijalna imovina.

³ <http://www.osfi.hr/Default.aspx?sid=97> (02. 02. 2017.).

2.1. OPĆE ODREDBE DUGOTRAJNE NEMATERIJALNE IMOVINE PREMA HSFI-ju 5

„Kao dugotrajna imovina razvrstava se i iskazuje ona imovina koja se upotrebljava ili joj je rok povrata duži od jednogodišnjeg obračunskog razdoblja, računajući od nadnevka godišnje bilance.“ (Crnković i dr., 2006: 232). S obzirom na pojavne oblike, dugotrajnu imovinu dijelimo na nematerijalnu, materijalnu i financijsku imovinu te dugotrajna potraživanja.

Knjigovodstvo dugotrajne nematerijalne imovine određuje HSFI 5 - Nematerijalna imovina, koji je utvrđen u skladu s MRS-om 1, MRS-om 36, MRS 38-om i IV. Direktivom Europske unije. HSFI 5 također uređuje problematiku evidencije dugotrajne nematerijalne imovine kao nemonetarne imovine, odnosno kao imovine bez fizičkih obilježja, a koja se može zasebno identificirati.

„Najvažniji MSFI na kojima se temelji računovodstvo nematerijalne imovine su:

- MRS 38: Nematerijalna imovina: (koji obuhvaća izdatke za istraživanje i razvoj, patente, licencije, koncesije, zaštitne znakove i ostala slična prava te amortizaciju nematerijalne imovine)
- MSFI 3: Poslovna spajanja (koja obuhvaća *goodwill*) koji je zamijenio MRS 22
- MRS 36: Umanjenje vrijednosti imovine (koji obuhvaća umanjenje vrijednosti *goodwill*).“ (Belak, 2006: 139).

Iz navedenog proizlazi da odredbe HSFI-ja primjenjuju i poduzetnici koji primjenjuju MSFI i MRS, ali oni primjenjuju i ostale odredbe iz MSFI-ja i MRS-a, koje nisu dužni primjenjivati poduzetnici koji primjenjuju HSFI.

„Nematerijalna imovina obuhvaća izdatke za stjecanje istraživačko-razvojnih spoznaja ili nekih prava od kojih će se u budućnosti ostvarivati korist, i to za:

- razvoj
- zaštitne znakove
- trgovačka imena, oznake i publicirajuće nazive
- aplikativne softvere
- licencije, franšize i koncesije
- vlasnička, zaštitna i poslovna prava
- recepte, formule, modele, dizajne i prototipove te
- iznose plaćenih troškova stjecanja drugih pravnih osoba iznad iznosa njihove fer vrijednosti (tzv. *goodwill* iz poslovnih spajanja).“ (Crnković i dr., 2006: 234).

Sukladno navedenom, zajednička obilježja dugotrajne nematerijalne imovine su:

- nematerijalni oblik
- stjecanje radi korištenja u poslovanju
- otežano predviđanje vijeka uporabe
- otežana mjerljivost buduće ekonomske koristi od upotrebe imovine
- otežana prenosivost imovine
- postojanje nemogućnosti pojedinačne prodaje iz razloga uske povezanosti s cjelinom poslovanja trgovačkog društva (Tušek, 2004: 32).

Prema MRS-u 38 neka nematerijalna imovina može biti sadržana u fizičkom obliku kao što je CD (u slučaju računalnog softvera), pravnom dokumentu (u slučaju

licencije ili patenta) ili filmu. O pitanju je li riječ o materijalnoj ili nematerijalnoj komponenti, postupa se na način da se tumače i ostali MRS-ovi adekvatni tom području.

2.2. STJECANJE DUGOTRAJNE NEMATERIJALNE IMOVINE

Prema MRS-u 38 nematerijalna imovina stječe se na dva načina:

- 1) kupnjom od drugih subjekata
- 2) interno je razvija poslovni subjekt.
Kada se imovina stječe od drugih, to može biti:
 - a) kupnja
 - b) poslovno spajanje
 - c) iz državne potpore
 - d) razmjenom za neku drugu imovinu.

Prema HSFI-ju 5, kao što je već spomenuto, neka se nematerijalna imovina prizna-je ako je vjerojatno pritjecanje budućih ekonomskih koristi te ako se trošak nabave te imovine može pouzdano utvrditi. Poduzetnik treba procijeniti vjerojatnost očekivanih budućih ekonomskih koristi koristeći razumne i prihvatljive pretpostavke koje predstavljaju najbolju procjenu menadžmenta da se postave ekonomski uvjeti koji će postojati tijekom vijeka uporabe te imovine. On koristi prosudbu kako bi procijenio stupanj izvjesnosti u svezi priljeva budućih ekonomskih koristi koji se mogu pripisati upotrebi neke imovine na temelju dokaza raspoloživih u vrijeme početnog priznavanja, s tim da se veće značenje pridaje vanjskim dokazima.

U normalnim okolnostima, cijena koju poduzetnik plaća prilikom zasebnog stjecanja nematerijalne imovine odražava očekivanja o vjerojatnosti da će očekivane ekonomske koristi iz te imovine pritjecati poduzetnika. Prema tome, kriterij vjerojatnosti priznavanja se uvijek smatra kao zadovoljavajući za zasebno stečenu nematerijalnu imovinu.

Trošak nabave⁴ dugotrajne nematerijalne imovine prilikom kupnje na tržištu (npr. licence, koncesije, software-a i sl.) obuhvaća:

- njegovu nabavnu cijenu, uključujući uveznu carinu i porez na promet koji se ne vraća, nakon odbitka trgovačkih popusta i rabata te
- izdatke koji se izravno mogu pripisati pripremi ove imovine za namjeravanu upotrebu.

U nastavku se stjecanje dugotrajne nematerijalne imovine promatra kroz poslovno spajanje.

3. POSLOVNA SPAJANJA

Pri donošenju odluke o rastu, poduzeće, prema Pervanu (2012.), ima mogućnost internog i eksternog rasta kroz povećanje imovine, obveza, prihoda, broja zaposlenika i sl. Internim rastom poduzeće može postići bolju kontrolu nad zaposlenima,

⁴ Trošak nabave je iznos novca za nabavu imovine u vrijeme njena stjecanja ili izgradnje; iznos koji se može pripisati toj imovini kod početnog priznavanja.

unaprijediti poslovanje kroz uvođenje novih poslovnih procesa i sl., dok se eksterni rast očituje kroz poslovna spajanja. Prednost takvih spajanja najčešće se odnosi na brz ulazak na tržište kao i preuzimanje već uhodanog poslovnog sustava, jer se kupnjom drugog poduzeća preuzimaju njegovi kupci, tržišni udio, zaposlenici, dobavljači, imidž i dr.

Sukladno navedenom, postoje tri osnovna oblika poslovnih spajanja društava:

- preuzimanje ili akvizicija - jedno ili više društava postaju ovisna društva; $A + B = A B$; stjecanje vlasništva → stjecanje preko 50% dionica ili udjela s pravom glasa - ovisno društvo; stjecanje od 20% do 50% dionica ili udjela s pravom glasa - pridruženo društvo
- fuzija ili pripajanje - jedno društvo stječe i prenosi svoju neto imovinu na drugo društvo; $A + B = A$ ili B ; stečeno društvo pripaja se stjecatelju i postaje njegov profitni ili investicijski centar, stečeno društvo gubi pravnu osobnost te se vrši prijenos stečenikove imovine i obveza u računovodstvenu evidenciju stjecatelja.
- statutarna konsolidacija - svako društvo prenosi svoju neto imovinu u novoosnovano društvo; $A + B = C$; dva ili više društava spaja se u novoformirano društvo, društva koja se spajaju gube pravnu osobnost, pravna osoba nakon poslovnog spajanja je novoformirano društvo, prijenos imovine i obveza društava koja se spajaju u računovodstvenu evidenciju stjecatelja. (Gulin, 2013: 211).

Goodwill se kao računovodstvena kategorija javlja kod sva tri oblika poslovnih spajanja.

3.1. POSLOVNA SPAJANJA U OKVIRU MSFI-ja 3 I HSFI-ja 2

Prema MSFI-ju 3 i HSFI-ju 2 poslovno spajanje definirano je kao spajanje dvaju odvojenih društava ili poslovanja u jedan izvještajni subjekt. „Poslovna spajanja između dvaju odvojenih društava nastaju u slučaju kada jedno društvo stekne neto imovinu drugog društva ili kada stekne glavnički udjel u drugom društvu koji mu omogućava značajan utjecaj ili kontrolu nad stečeničkim poslovnim i financijskim politikama.“ (Gulin, Perčević, 2013: 209).

Računovodstveni je obračun poslovnih spajanja u nadležnosti MSFI-ja 3 čiji je cilj povećati relevantnost, pouzdanost i usporedivost informacija unutar financijskih izvještaja o poslovnom spajanju.

Odredbe MSFI-ja 3 obuhvaćaju:

- (a) priznavanje i vrednovanje utvrdive stečene imovine, preuzetih obveza i ne kontrolirajućeg interesa
- (b) priznavanje i vrednovanje *goodwill*a ostvarenog poslovnim spajanjem⁵ ili dobit ostvarenu kupnjom po cijeni nižoj od tržišne i
- (c) određuje informacije koje će objaviti kako bi korisnicima financijskih izvještaja

⁵ Prema MRS-u 38 goodwill stečen poslovnim spajanjem predstavlja plaćanje stjecatelja u očekivanju budućih ekonomskih koristi od sredstava koje nije moguće pojedinačno identificirati niti odvojeno priznati. Buduće ekonomske koristi mogu nastati sinergijom stečenih identificiranih sredstava ili iz sredstava koja pojedinačno ne zadovoljavaju kriterij za priznavanje u financijskim izvještajima, ali za koja je stjecatelj pripravan platiti tijekom poslovnog spajanja.

omogućio da ocijene prirodu i financijske učinke poslovnog spajanja. Poslovno spajanje prema MSFI-ju 3 označava transakciju ili neki drugi događaj kojim stjecatelj stječe kontrolu nad jednim ili više poslovanja. Svako poslovno spajanje mora se obračunati primjenom metode kupnje (stjecanja), pri čemu je potrebno identificirati stjecatelja⁶, odrediti datum stjecanja, priznati i mjeriti stečenu utvrđivu imovinu, preuzete obveze i nekontrolirajući interes u stečeniku te priznati i mjeriti *goodwill* ili dobit ostvarene kupnjom po cijeni nižoj od tržišne.

Za primjenu MSFI-ja 3 nužno je da transakcija ili neki drugi događaj ispunjavaju definiciju poslovnog spajanja. Stoga se ovaj MSFI ne odnosi na:

- a) udruživanje u zajednički pothvat
 - b) stjecanje neke imovine ili grupe imovine koja nije poslovna djelatnost
 - c) poslovna spajanja subjekata ili poslovanja pod zajedničkom kontrolom.
- Ukoliko se transakcija obračunava kao stjecanje imovine, tada se ne može govoriti o poslovanju. Bitna razlika između obračuna poslovnog spajanja i stjecanja imovine je u tome što se pri stjecanju imovine ne može priznati nikakav *goodwill*.

MSFI donosi novi način mjerenja *goodwill*a, te se on izračunava kao razlika između:

1. ukupne svote koja obuhvaća prenesene naknade za stjecanje, eventualnog nekontrolirajućeg interesa, ukupnu svotu pri poslovnim spajanjima u fazama, tj. fer vrijednosti na datum stjecanja vlasničkog udjela koji je stjecatelj prethodno imao u stečeniku i
2. neto svote na datum stjecanja utvrđive stečene imovine i utvrđivih preuzetih obveza mjerenih prema MSFI-ju 3

$Goodwill = \text{ukupna svota} - \text{neto svota}$.

HSFI 2 u odnosu na MSFI 3 ima određene razlike. Razlike se javljaju u izračunu *goodwill*a, modela mjerenja ne kontrolirajućeg interesa te naknadnog vrednovanja *goodwill*a. Prema HSFI-ju 2 *goodwill* se iskazuje kao razlika između troška koji je plaćen za stjecanje udjela u ovisnom društvu te udjela stjecatelja u fer vrijednosti neto - imovine stečenog društva. Pri naknadnom vrednovanju *goodwill*a HSFI 2 propisuje da se *goodwill* amortizira kroz razdoblje od 5 godina, dok MSFI 3 i MRS 36 zahtijevaju godišnje testiranje *goodwill*a na umanjenje. Iz navedene odredbe proizlazi da veliki poduzetnici koji su dužni primjenjivati MSFI i MRS, *goodwill* ne smiju amortizirati već ga mogu samo umanjivati. Također je potrebno napomenuti da gubitci od umanjenja vrijednosti *goodwill*a prema Zakonu o porezu na dobit nisu porezno priznati trošak te da je umanjenje dugotrajne nematerijalne imovine (kao i dugotrajne materijalne imovine) priznati rashod.

3.2. VAŽNOST GOODWILLA KOD STJECANJA DUGOTRAJNE NEMATERIJALNE IMOVINE PUTEM POSLOVNIH SPAJANJA

Dugotrajnu nematerijalnu imovinu, prema **Pervanu** (2015.), možemo promatrati kao razdvojivu i nerazdvojivu imovinu. Razdvojiva nematerijalna imovina obu-

⁶ U svakom poslovnom spajanju, jedan subjekt koji se udružuje određuje se kao stjecatelj. Stjecatelj - subjekt koji dobiva kontrolu nad stečenikom, dok je stečenik poslovanje nad kojim stjecatelj stječe kontrolu. (MSFI 3)

hvaća stavke koje se mogu promatrati odvojeno od poduzeća kao cjeline, odnosno to je imovina koja se može stjecati ili prodavati odvojeno od poduzeća kao cjeline (npr. patenti, licence i sl.). S obzirom da je „praktički nemoguće prodati poduzeće bez njegovog imidža odnosno *goodwill* budući da su oni međusobno neodvojivi od poduzeća“ (Meler, Stjepanović, 1992: 209); *goodwill* pripada u kategoriju nerazdvojive dugotrajne nematerijalne imovine. „Razdvojivu nematerijalnu imovinu određuje MRS 38 - Nematerijalna imovina. *Goodwill* kao nerazdvojivu nematerijalnu imovinu obrađuju MSFI 3 (IFRS 3) - Poslovna spajanja i MRS 36 - Umanjenje vrijednosti imovine.“ (Belak, 2006: 139). Za potrebe ovoga rada detaljnije se analizira uloga *goodwill* u kreiranju vrijednosti poduzeća.

Prema: Baica (2008: 26) *goodwill* je dugotrajna nematerijalna imovina za koju je stjecatelj voljan platiti veći iznos od fer vrijednosti⁷ prepoznatljive imovine (uključujući i prepoznatljivu dugotrajnu nematerijalnu imovinu), obveza i nepredviđenih obveza društva kojeg stječe, što znači da plaća i vrijednost imovine stečenog društva koja se ne može utvrditi (dobar glas društva, dobar menadžment i slična nedefinirana nematerijalna imovina). *Goodwill* možemo promatrati s dva stajališta: marketinškog i inventivnog. Ono što pripada marketinškom dijelu *goodwill* su „propagandne konstante od kojih su najznačajnije naziv (ime, poduzeće, tvrtka) poduzeća, zaštitni znak i maskota, te marka (ime) proizvoda. U uskoj vezi s propagandnim konstantama jest i pojam vjernosti (lojalnosti) potrošača koja se ogleda, prije svega u neelastičnosti potražnje za konkurentnom markom proizvoda, te povećanju repetitivnosti kupnji od strane kupaca.“ (Meler, Stjepanović, 1992: 208).

Drugi dio *goodwill* čini inventivna komponenta, odnosno izumi, patenti, know-how i ostalo intelektualno vlasništvo. Obje prethodno nabrojane komponente čine *goodwill* bitnim faktorom u stvaranju tržišne vrijednosti poduzeća. Promatrajući na taj način, *goodwill* je upravo ona razlika koju poduzeće, koje ga posjeduje, čini vrijednijim od drugih, tj. konkurentnijim u kreiranju tržišne vrijednosti.

Važnost *goodwill* u poduzeću prepoznaje se i u sljedećem: „*goodwill* nekog poduzeća privlači i zadržava mnoge potrošače što čini bazu kupaca određenog poduzeća. Čak i ako naprave pogrešku, klijenti su spremni oprostiti ukoliko se menadžment poduzeća ispriča. To je zbog povjerenja koje imaju u poslovanje iz dosadašnjih iskustava. Još jedna prednost *goodwill* je otvaranje mnogih putova, a to je između ostalog i lakše dobivanje kredita od banke ukoliko poduzeće ima pozitivan *goodwill*. Dakako, poduzeća koja imaju dobar *goodwill* privlače i potencijalne ulagače.“⁸ S time se slaže i Sudyn (2015: 106) koji kaže da je pozitivna korporativna slika izuzetno važna za globalne korporacije te je ona značajan faktor (oko 97%) prilikom određenih investiranja.

Poduzeće koje ima bolji *goodwill* može imati i sljedeće značajke:

- veću vrijednost dionica
- veći tržišni udio
- bolje poslovne odnose unutar distribucijskih kanala

⁷ Prema MSFI 13 fer vrijednost definira se kao cijena koja bi bila ostvarena prodajom neke stavke imovine ili plaćena za prijenos neke obveze u urednoj transakciji među tržišnim sudionicima na datum mjerenja.

⁸ Prema: <http://runapptivo.apptivo.com/how-important-is-goodwill-in-a-business-10623.html> (21. 02. 2017.).

- veći marketing budžet
- višu cijenu proizvoda u odnosu na konkurenciju
- višu razinu upravljanja i sl. (Meler, Stjepanović, 1992: 211).

Osim navedenog, kao dodatni ekonomski razlozi za pojavu *goodwill*a i plaćanje stečenog subjekta iznad fer vrijednosti njegove neto imovine mogu biti različiti. Tako primjerice, uhodani poslovni sustav kupljenog trgovačkog društva ima svoju vrijednost zbog cijelog niza ekonomskih čimbenika.⁹ Kao čimbenici koji utječu na postojanje *goodwill*a mogu se navesti sljedeći: poslovni ugled, dobri odnosi s kupcima i dobavljačima, kreditni rejting kod banaka, izvrsni zaposlenici, poznate trgovačke marke, tajne formule i dr.¹⁰ Dodatni razlozi za pojavu *goodwill*a mogu proizlaziti i iz očekivanih sinergijskih efekata od zajedničkih poslovanja stjecatelja i stečenog subjekta, koji obično rezultiraju iz rezanja troškova i efikasnijeg poslovanja. Sve navedeno predstavlja konkurentsku prednost određenog poduzeća, što ga čini vrijednijim od drugog poduzeća i pridonosi njegovoj poslovnoj reputaciji na tržištu.

3.2.1. ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA STVARANJE GOODWILLA

Goodwill koji pripada grupi neopipljivih elemenata vrednovanja poduzeća pojavljuje se zbog djelovanja određenog broja ekonomskih učinaka, a ono se najčešće odnosi na sljedeće:

- tržišni položaj poduzeća
- imidž poduzeća
- programe obučavanja zaposlenika
- radne odnose unutar poduzeća
- stratešku lokaciju
- menadžerske talente
- pristup tehnologiji
- odnose s javnošću (kupcima, dobavljačima itd.) (prema: Pervan, 2012; Meler, Stjepanović 1992.).

Iz prethodnog je vidljivo kako čimbenici koji mogu utjecati na stvaranje *goodwill*a mogu biti vanjski, ali i unutarnji te je za potrebe menadžmenta poduzeća potrebno razgraničiti one čimbenike na koje menadžment može utjecati od onih čimbenika gdje njegov utjecaj nije moguć. Ulaganjem u interne čimbenike (čimbenike koji se mogu kontrolirati), menadžment, prema Pervanu (2012: 87) može povećati tekuće, ali i buduće dobitke i cjelokupnu vrijednost poduzeća. Na organizaciji je da uoči takve čimbenike i nastoji ih poboljšati. Svakom poduzeću je dakako stalo do stvaranja povoljnijeg imidža, a time i stjecanja budućih iznadprosječnih dobitaka, a ono ponajviše ovisi o tome koliko je menadžment sposoban upravljati takvim čimbenicima. Na vanjske čimbenike, koji se odnose prvenstveno na razne zakonske i

⁹ Riječ je o tzv. sinergijskom goodwillu (spojenog subjekta) ili zasebnom goodwillu (kupljeni subjekt). (Prema: Pervan, 2012: 89).

¹⁰ Navedeno je u skladu s tim da već postojeća kompanija može imati brojne prednosti u odnosu na novoosnovanu kompaniju. U tom kontekstu, želi se reći da goodwill može postojati samo u kompanijama koje već posluju, odnosno da se goodwill ne može odmah pojaviti u novoosnovanoj kompaniji, već ga one tek trebaju razviti. (Prema: Catlet, Olson: 1968: 9-10).

porezne propise, nije moguće izravno utjecati.

S obzirom na sve čimbenike koji utječu na pojavu i postojanost *goodwill*, promatrani element nematerijalne imovine nije statična kategorija, već ovisi o djelovanju unutarnjih i vanjskih čimbenika. Prema tome, „*goodwill* najčešće nije ekonomski opravdano precizno mjeriti osim u slučaju kupnje/prodaje kompanije“. (Pervan, 2012: 88).

3.2.2. RAČUNOVODSTVENO VREDOVANJE GOODWILLA PRILIKOM POSLOVNIH SPAJANJA - STATUTARNA KONSOLIDACIJA (PRIMJER)

Statutarna konsolidacija je oblik poslovnog spajanja kod kojeg se dva društva spajaju u novoformirano društvo. U tom slučaju društva koja se spajaju u novoformirano društvo gube svoj pravni subjektivitet i odvojenu računovodstvenu evidenciju te postaju dijelovi novoformiranog društva. U novoformirano društvo, društva koja se spajaju prenose svoju cjelokupnu imovinu i obveze te potencijalne obveze procijenjene po fer vrijednosti.

Sva poslovna spajanja obračunavaju se primjenom metode kupnje (stjecanja). Prema MSFI-ju 3 Nematerijalna imovina koja je stečena u poslovnom spajanju - trošak nabave toga nematerijalnog sredstva jest njegova fer vrijednost na datum stjecanja. Fer vrijednost nematerijalnog sredstva odražava tržišna očekivanja o vjerojatnosti da će buduće ekonomske koristi iz sredstva pritijecati u subjekt. Fer vrijednost nematerijalnog sredstva stečenog poslovnim spajanjem može se utvrditi s dovoljnom pouzdanošću u svrhu priznavanja odvojeno od *goodwill*. Kada prilikom procjenjivanja za utvrđivanje fer vrijednosti nematerijalnog sredstva, postoji niz mogućih ishoda s različitim vjerojatnostima, ta nesigurnost ulazi u određivanje fer vrijednosti sredstva prije nego što prikazuje nemogućnost pouzdanog utvrđivanja fer vrijednosti. Ako nematerijalna imovina stečena poslovnim spajanjem ima ograničen vijek upotrebe, možemo krivo pretpostaviti da se njegova fer vrijednost može pouzdano utvrditi.

Primjer poslovnog spajanja (statutarna konsolidacija) dan je u nastavku.

- 1.) *Primjer spajanja društva A i B d.d. u novoosnovano društvo C d.d.* (prema: Pervan, 2012.).

Novoosnovano društvo je emitiralo 5.000 običnih dionica, koje razmjenjuje za sve dionice dioničkih društava A i B d.d. Nominalna vrijednost dionica je 100 kn po dionici, a tržišna cijena na datum spajanja ovih društava bila je 200 kn po dionici. Cjelokupna imovina i obveze po fer vrijednosti preneseni su u glavnu knjigu novoosnovanog društva C d.d.

Fer vrijednost Poduzeća A i B na 31. 12. XXXX

Red. br.	Pozicija	Poduzeće A d.d.	Poduzeće B d.d.
1.	Građevinski objekti	70.000,00	30.000,00
2.	Oprema	400.000,00	125.000,00
3.	Zalihe	220.000,00	55.000,00
4.	Žiro račun	100.000,00	10.000,00
	Ukupna imovina	790.000,00	220.000,00

5.	Dobavljači	50.000,00	40.000,00
	Fer vrijednost neto imovine	740.000,00	180.000,00

Spajanje društva se prema MSFI-ju 3 i HSFI-ju 2 provodi primjenom metode stjecanja koja se sastoji od sljedećih koraka:

- a) Utvrđivanje troška stjecanja poduzeća A d.d. i B d.d.
Trošak stjecanja = 5.000 dionica x 200,00 kn = 1.000.000,00 kn
- b) Evidentiranje u glavnoj knjizi poduzeća C d.d.

Red. br.	Opis	Iznos	Konto	
			Duguje	Potražuje
1.	Trošak stjecanja poduzeća A i B	1.000.000,00	040	
	- dionice po nominalnoj vrijednosti	500.000,00		910
	- rezerve kapitala	500.000,00		912

- c) Utvrđivanje *goodwill*

Fer vrijednost neto imovine poduzeća A i B d.d. = 740.000,00 + 180.000,00 = 920.000,00

Goodwill = Trošak stjecanja - fer vrijednost neto imovine poduzeća A i B d.d. = 1.000.000,00 - 920.000,00 = 80.000,00

Utvrđeni *goodwill* se prema HSFI-ju 2 iskazuje kao dugotrajna nematerijalna imovina i podliježe obračunu amortizacije u razdoblju od pet godina.

- d) Evidentiranje prijenosa neto imovine poduzeća A i B d.d. u C d.d.:

Red. br.	Opis	Iznos	Konto	
			Duguje	Potražuje
1.	Prijenos imovine i obveza poduzeća A i B	1.000.000,00		040
	- novac na žiro računu	110.000,00	100	
	- zalihe	275.000,00	3,6	
	- građevinski objekti	100.000,00	020	
	- oprema	525.000,00	021	
	- iskazivanje goodwilla	80.000,00	004	
	- prijenos obveza dobavljača	90.000,00		220

- e) Bilanca poduzeća C d.d. nakon spajanja A i B d.d. 01.01.XXX1

Red. br.	Opis	Iznos
1.	Goodwill	80.000,00
2.	Građevinski objekti	100.000,00
3.	Oprema	525.000,00
4.	Zalihe	275.000,00
5.	Žiro račun	110.000,00

	Ukupno imovina	1.090.000,00
6.	Obične dionice (nominalna vrijednost)	500.000,00
7.	Rezerve kapitala	500.000,00
8.	Dobavljači	90.000,00
	Obveze i kapital	1.090.000,00

f) Amortizacija *goodwill*a prema HSFI-ju 2
% amortizacije = $100 / 5 \text{ g.} = 20\%$

Godišnji iznos amortizacije = $80.000,00 \times 20\% = 16.000,00$

Red. br.	Opis	Iznos	Konto	
			Duguje	Potražuje
1.	Amortizacija <i>goodwill</i> a	16.000,00	4300	0094

Stjecatelj mjeri trošak poslovnih spajanja kao zbroj:

- fer vrijednosti dane imovine, nastale ili pretpostavljene obveze na datum razmjene i glavničnih instrumenata koje je izdao stjecatelj u zamjenu za kontrolu primatelja stjecanja i
- nastalih troškova koji se mogu direktno pripisati poslovnom spajanju. (Domazet, 2006: 92)

Goodwill se iskazuje kao dugotrajna nematerijalna imovina kod stjecatelja samo u slučaju ako je kod poslovnog spajanja trošak veći od neto fer vrijednosti imovine, obveza i nepredviđenih obveza stečenika (pozitivni *goodwill*). Ako je neto fer vrijednost imovine, obveza i nepredviđenih obveza stečenika veća od troška poslovnog spajanja, tada postoji prihod (negativni *goodwill*). Nakon početnog priznanja, stjecatelj treba procjenjivati *goodwill* dugotrajnu nematerijalnu imovinu stečenu u poslovnom spajanju po trošku, umanjenom za akumulirane gubitke od umanjenja vrijednosti i akumuliranu amortizaciju.

4. ZAKLJUČAK

Da bismo mogli procijeniti vrijednost našeg poduzeća i uspješno njime upravljati, potrebno je imati informacije o svim resursima kojima raspolažemo. To bi značilo da je potrebno vrednovati kako materijalnu, tako i nematerijalnu imovinu poduzeća.

Iako je materijalnu puno lakše utvrditi i procijeniti, za uspješnost jednog poduzeća potrebno je osim te komponente utvrditi i nematerijalnu komponentu koja se izražava kroz *goodwill* poduzeća. *Goodwill* je strateški važna imovina jer izražava vrijednost ugleda poduzeća, a određena je primjerice strateškom lokacijom poduzeća, odnosom prema zaposlenicima itd. Prilikom poslovnih spajanja važno je procijeniti vrijednost *goodwill*a jer je to ona vrijednost koja može dati veću tržišnu vrijednost poduzeću te je stjecatelj spreman dati iznos iznad fer vrijednosti. Upravo zbog navedene činjenice, *goodwill* nesumnjivo generira rast prihoda te je sredstvo za povećanje konkurentne prednosti određenog poduzeća na tržištu.

Medutim, njegova vrijednost nije uvijek pravilno procijenjena budući da je kod poslovnih spajanja poduzeća često prisutno postojanje subjektivnih čimbenika, primjerice kriva procjena raspoloživih informacija o poduzeću. Stoga je vrlo važna uloga i sposobnost menadžmenta prilikom upravljanja i procjene unutarnjih i vanjskih čimbenika koji utječu na stvaranje *goodwill* poduzeća.

Literatura:

1. Baica, Z., Računovodstvo dugotrajne nematerijalne imovine - primjena HSFI-ja 5, br. 6., 2008., str. 27-45.
2. Belak, V., Profesionalno računovodstvo prema MSFI-ju i hrvatskim poreznim propisima, Zgombić&Partneri, Zagreb, 2006.
3. Catler, G., Olson, N., Accounting for Goodwill, New York: AICPA, 1968.
4. Crnković, L., Martinović, J., Mesarić, J., Organizacija i primjena računovodstva, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2006.
5. Domazet, T.: Međunarodni standardi financijskog izvješćivanja 2006/2007: primjena računovodstva EU u Hrvatskoj, Zgombić & Partneri, Zagreb, 2006.
6. Gulin, D., Perčević, H., Financijsko računovodstvo, Zagreb, HZRIF, 2013.
7. Mamić Sačer, I., Smrekar, N., Primjena HSFI-ja 5 : dugotrajna nematerijalna imovina // Primjena hrvatskih standarda financijskog izvješćivanja : s poreznim propisima / Gulin, Danimir (ur.), Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, 2008., str. 189-200.
8. Meler, M., Stjepanović, Goodwill - tržišni i računovodstveni aspekti, *Ekonomski vjesnik*, Ekonomski fakultet, Osijek, 1992., str. 207-214.
9. Pervan, I., Računovodstvo poslovnih spajanja. Zagreb : RRiF plus d.o.o., 2012.
10. Sudyn, Y., Innovative methods of evaluating goodwill in increasing the competitiveness of the company, PRZEDSIĘBIORSTWO I REGION NR 7/2015, str. 105.-112.
11. Tušek, B., Računovodstvo dugotrajne nematerijalne imovine, *Računovodstvo i porezi*, br. 5., 2004., str. 30-39.
12. Zakon o računovodstvu (Nar. nov., br. 78/15. i 134/15., 120/16.).
13. MRS 36 Umanjenje vrijednosti imovine, <http://www.osfi.hr/Uploads/1/2/21/46/100/Odluka.pdf>.
14. MRS 38 Nematerijalna imovina, <http://www.osfi.hr/Uploads/1/2/21/46/100/Odluka.pdf>.
15. MSFI 3 Poslovna spajanja, <http://www.osfi.hr/Uploads/1/2/21/46/100/Odluka.pdf>.
16. HSFI 5 Dugotrajna nematerijalna imovina, <http://www.osfi.hr/Uploads/1/2/21/46/100/Odluka.pdf>.