

## Співвідношення поняття «гудвіл» та «ділова репутація», як складових неправомірної вигоди

Закон України «Про запобігання корупції» від 14 жовтня 2014 року, окреслює визначення неправомірної вигоди і одним з складових виступають *нематеріальні активи*, у т. ч. набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами, активи, які не мають фізичної дотикової форми (наприклад, захист, забезпечений страховкою, або ціна фірми (*гудвіл*)).

У Податковому кодексу існує визначення поняття «гудвіл». **Гудвіл** (вартість ділової репутації) визначається як 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. Поняття «гудвіл» вперше було використано у рішенні англійського суду у 17 столітті у справі «Брод проти Джоліфа». Предметом даного спору була саме ділова репутація: пан Брод позивався до Джоліфа у зв'язку з тим, що останній змінив місце провадження господарської діяльності всупереч умовам угоди і через це втратив більшість покупців. У даній справі було визнано, що місце знаходження безпосередньо впливає на гудвіл.

Міжнародна організація International Reputation Institute (IRI) виділила *основні складові репутації*, які в комплексі дають адекватну оцінку будь-якому бізнесу. Серед них: Гудвіл — грошове визначення ділової репутації компанії; Імідж — здатність підприємства емоційно приваблювати; Фінансова стійкість — один з різновидів стабільності як показника здатності протистояти кризовим ситуаціям; Соціальна відповідальність — дії, що викликають довіру як у працівників, так у суспільства; Репутація керівництва, яка не може бути нижчою від репутації самої компанії; Організаційна культура — формується одночасно з репутацією керівництва і показує внутрішню атмосферу колективу; Якість продукції, що виготовляється або послуг, що надаються — в сучасних умовах неможливо співпрацювати з компанією, що виготовляє неякісну продукцію. Вартість гудвілу не підлягає амортизації і не враховується під час визначення витрат платника податку, щодо активів якого виник такий гудвіл.

Поняття «гудвіл» складається з *наступних видів нематеріальних активів підприємства*: - торгові марки;- заголовки та назви видань;- комп'ютерне програмне забезпечення;- ліцензії та привілеї;- авторські права, патенти та інші права інтелектуальної власності, права на обслуговування та експлуатацію;- рецепти, формули, моделі, проекти та прототипи;- нематеріальні активи на етапі розробки та багато інших.

Гудвіл — це економічне відображення ділової репутації підприємства, вартість ділових зв'язків, престиж суб'єкта господарювання. В перекладі з англійської дане поняття означає «добра воля». **Ділова репутація** — сукупність підтвердженої інформації про особу, що дає можливість зробити висновок про професійні та управлінські здібності такої особи, її порядність та відповідність її діяльності вимогам закону. Для розуміння сутності цього поняття необхідно зрозуміти різницю між поняттями «гудвіл» та «ділова репутація».

Під поняттям «ділова репутація», як особистого емайнового блага, звично розуміють усталену оцінку фізичної особи, що ґрунтується на наявній інформації про її позитивні та негативні суспільно значимі діяння (поведінку), як правило в певній сфері (професійній, підприємницькій, службовій і т.д.). Це суспільна думка про особу з точки зору моралі даного суспільства чи соціальної групи. У такій інтерпретації поняття «ділової репутації» наближається до поняття «гідності та честі» (ст. 297 ЦК), що є підставою для отождошення цих понять. Чи не єдина суттєва відмінність між цими поняттями полягає у тому, щочестю (як і гідністю) наділена тільки фізична особа, тоді як ділова репутація, як особисте немайнове благо, притаманна як фізичним, так і юридичним особам (суб'єктам господарювання). Крім того, гудвіл підприємства не є виключним фактором прибутковості підприємства, гудвіл може бути і персональним, тобто гудвіл керівника суб'єкта. Таким чином, гудвіл характеризує вартісні переваги компанії, або ж і її керівника.

*Можна виділити такі характерні риси, які є загальними для гудвілу та ділової репутації*: 1. Неосяжний характер гудвілу та репутації та формуючих їх факторів, перш за все ділових зв'язків зі стейк холдерами. 2. Гудвіл як і ділова репутація невід'ємно пов'язаний з конкретною компанією і виникає, коли компанія отримує деякі переваги, які в подальшому стають запорукою отримання прибутків, вищих за середньо галузеві. 3. Умовна вартість репутації та гудвілу. Така вартість відображається в балансі лише на момент об'єднання/злиття компаній, за умови, що вартість компанії перевищує сукупну вартість її активів. 4. Двоєкий характер. І термін «ділова репутація», і термін «гудвіл» мають двоєкий характер прояву. Щодо ділової репутації, її можна розглядати як елемент гудвілу, так і як категорію психології, яка демонструє сприйняття образу суб'єкта господарювання у контрагентів і яка не має вартості. Двоєкість гудвілу пов'язана з тим, що його необхідно розглядати як нематеріальний актив, який дорівнює різниці між вартістю підприємства та вартістю його активів, та як економічну категорію, дисконтовану вартість очікуваних надприбутків. Гудвіл та ділова репутація відрізняються за характером оцінки. Гудвіл є дисконтованою вартістю очікуваних майбутніх доходів, однією із складових поточної вартості компанії, тобто для оцінки гудвілу використовують вартісні методи. При цьому ділова репутація не має вартості і для її оцінки використовують експертні методи. У той самий час гудвіл є нематеріальним активом, який формується у процесі управління діловою репутацією.

Так, гудвіл — це грошова оцінка, тобто вартість ділової репутації.

### Список використаних джерел

1. Ридзевська О. В., Сало А. В. Поняття гудвілу та характеристика його складових. — Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. — Економічні науки, 2012, - вип. 22, — ч. II.