



Роль гудвіла у вартості та конкурентоспроможності підприємства

Сергій Жилияков

судовий експерт, аспірант, Полтавський університет економіки і торгівлі
Міністерства освіти і науки України, м. Полтава, Україна,
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-1861-218X>, e-mail: mega.exp22@gmail.com

Гудвіл є складовою конкурентоспроможності підприємства у вигляді ділової репутації, ефективного менеджменту, людського капіталу, спеціальних знань, сильного бренду, інноваційного потенціалу, лояльності клієнтів.

Ключові слова: гудвіл; конкурентоспроможність підприємства; спеціальні знання.

The Role of Goodwill in the Value and Competitiveness of an Enterprise

Serhii Zhyliakov

Goodwill is a component of the competitiveness of an enterprise in the form of business reputation, effective management, human capital, specialized knowledge, a strong brand, innovative potential, customer loyalty.

Keywords: goodwill; competitiveness of the enterprise; specialized knowledge.

Гудвіл відображає ділову репутацію та конкурентні переваги, що дають підприємству змогу отримувати прибутки понад норму на вкладений капітал. Цей нематеріальний актив засвідчує надлишкову вартість бізнесу понад справедливую вартість його ідентифікованих активів. Він є надзвичайно важливим, особливо у сфері послуг, де успіх багато в чому залежить від нематеріальних чинників [1; 2].

Наприклад, чемне ставлення до клієнтів може більше підвищити прибуток, аніж купівля нового обладнання [2], а спеціальні знання експерта можуть додати гудвілу адвокатському об'єднанню завдяки перемозі сторони захисту в судовому процесі та підвищити ділову репутацію акціонерного товариства [3].

Зважаючи на те, що роль інтелектуального капіталу в сучасній економіці зростає, значення гудвіла теж постійно

зростає. За останні десятиліття частка нематеріальних активів у вартості компаній суттєво збільшилася. Якщо у 1975 році вони становили майже 17 % активів компаній S&P 500, то у 2018 році — до 90 % ринкової вартості, це саме нематеріальні складові (бренди, технології, інформаційні дані, ділова репутація тощо) [4]. У 2023 році на балансах компаній S&P 500 сумарний гудвіл сягнув приблизно 3,6 трлн доларів США, що перевищує сукупні запаси грошових коштів цих компаній. Приблизно 459 із 500 компаній S&P 500 мають на балансі гудвіл у середньому майже 7,8 млрд доларів США на компанію. Для деяких корпорацій гудвіл настільки великий, що без нього їхній власний капітал став би від'ємним. У 88 компаній індексу S&P 500 виключення гудвіла призведе до від'ємної балансової вартості власного капіталу [5]. Ці факти підкреслюють важливу роль



гудвіла в формуванні вартості бізнесу та оцінки його конкурентоспроможності, а також що значна частина вартості цих компаній створена «іміджевим капіталом».

Гудвіл завжди асоціюється з великими прибутками. Якщо компанія має рентабельність вище за середню у галузі й має щось унікальне, це ознака наявності гудвіла. Тому таку компанію оцінюватимуть із премією. Наприклад, якщо дві фірми мають однакові матеріальні активи по 100 млн доларів США, але одна заробляє 5 % прибутку (5 млн), а інша — 10 % (10 млн), то друга вочевидь має нематеріальні переваги. У разі продажу друга фірма отримає більшу ціну, а різниця буде гудвілом, тобто гудвіл капіталізує майбутню надрентабельність.

Окрім того, вартість гудвіла також відображає, наскільки компанія захищена від конкурентів. Якщо у неї є патенти, унікальні технології, ноу-хау, — ринок капіталізує майбутні монопольні вигоди в ціну акцій, формуючи гудвіл. Наприклад, фармацевтична компанія з ексклюзивними патентами на ліки матиме високий гудвіл, а її купівельна ціна значно перевищить балансові активи, поки патент діє [6]. Коли ж патент утрачає чинність, частина гудвіла може втратитись, адже бар'єри для конкурентів зменшуються. Отже, гудвіл за своєю економічною сутністю — це капіталізована вартість конкурентної диференціації.

І навпаки, якщо ринкова вартість компанії нижча за балансову або гудвіл є негативним, це сигналізує про недовіру до здатності фірми ефек-

тивно використовувати свої активи. Інвестори вважають, що бізнес генерує недостатньо прибутку, можливо, через погану репутацію або немотивований менеджмент. Через негативний гудвіл компанія може бути продана дешевше від вартості своїх активів, а покупець може спробувати створити гудвіл шляхом реорганізації.

Отже, гудвіл не лише бухгалтерська різниця між вартістю активів та ціною продажу компанії, а й складова конкурентної переваги [6], яка втілює:

- *якість та унікальність продуктів*. Наприклад, для ресторанів — це їхня популярність і місце розташування. Гудвіл може зникнути, якщо ресторан переїде в інше місце або змінить шефа. Для технологічних стартапів — це власні алгоритми, платформи, патенти;
- *брендову силу*. Продукцію успішних брендів обирають завдяки іміджу компанії. Наприклад, *Apple* має величезний гудвіл завдяки своїй упізнаваності. Споживачі готові переплачувати за «ім'я», що підвищує вартість акцій *Apple*. Це і є монетизація гудвіла бренду. Малий бізнес також може мати гудвіл, якщо бренд на локальному ринку добре відомий;
- *репутаційний капітал*. Його вважають одним з найбільш цінних нематеріальних активів, адже його важко створити, але він генерує значну додану вартість. Зіпсована репутація миттєво б'є по конкурентоспроможності. Утрата довіри



клієнтів, тобто гудвіла, може зашкодити більше, ніж будь-яка матеріальна втрата. Наприклад, адвокатське об'єднання може втратити клієнтів через вибір невдалої позиції захисту та відсутність переможних кейсів;

- *постійних клієнтів*. Наявність довгострокових відносин з клієнтами — це ключ до стабільного бізнесу. Конкурентоспроможність фірми з міцними клієнтськими відносинами набагато вища. Новому гравцеві важко переманити таких споживачів без великих витрат;
- *інноваційність та технології*. Якщо компанія відома своїми інноваціями та передовими розробками — це також складова гудвіла. Наприклад, *Tesla* асоціюється з інноваційністю в електромобілях, що підняло її ринкову вартість далеко над матеріальними активами. Водночас конкурентоспроможність підривається, якщо компанія не встигає адаптуватися до ринку нових технологій. Саме тому збанкрутів *Kodak*, колись бренд № 1 у плівковій фотографії, який утратив величезний гудвіл через нерозуміння цифрової революції фотокамер;
- *людський капітал*. У разі купівлі консалтингових та ІТ-фірм основна цінність — це команда експертів, яких не можна записати як «актив» у балансі, тому в ціні угоди ця складова

підє в гудвіл. Проте з позицій конкуренції придбання такої команди миттєво дає перевагу, яку важко було б сформувати з нуля.

Отже, гудвіл — це інтегральний показник конкурентоспроможності. Він акумулює нематеріальні аспекти, завдяки яким компанія вирізняється та успішно конкурує. Компанії з великим гудвілом часто лідери у своїх галузях. Тому гудвіл треба безперервно підтримувати за допомогою інновацій, маркетингу, роботи з клієнтами, інакше ринок його «спише» з балансу, на якому він і так не відображається.

Подальші наукові дослідження можуть бути спрямовані на вдосконалення методичних підходів до визначення вартості гудвіла.

Перелік джерел посилання

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (зі змін та допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#top> (дата звернення: 05.09.2025).
2. Перова С. Гудвіл: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Вісник податкової служби України*. 2003. № 30. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0047697-03#Text> (дата звернення: 05.09.2025).
3. Жилияков С. В. Спеціальні знання: джерело доброчесності та підвищення конкурентоспроможності сторін у судовому спорі. *Актуальні питання розвитку українського простору судово-експертної діяльності* : мат-ли І міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 31.01.2025). Львів — Торунь, 2025. С. 78—83.
4. Brown M. Rethinking issues around productivity, income inequality and industry concentration. URL: <https://anderson-review.ucla.edu/boom-of-intangible-assets-felt-across-industries-and-economy/> (дата звернення: 05.09.2025).



5. Учасники дискусії стверджують, що з огляду на те, що американські компанії мають 3,6 трильйона доларів гудвілу, цьому слід приділяти увагу / Статистика : вебсайт. URL: <https://www.valuationresearch.com/insights/trillions-goodwill-balance-sheet-s-p-500-needs-attention/> (дата звернення: 05.09.2025).
6. Goodwill Valuation: Understanding the Intangible Power Behind Business Success / Corporate Professionals : WEB. URL: <https://www.corporateprofessionals.com/articles/goodwill-valuation-understanding-the-intangible-power-behind-business-success/> (дата звернення: 05.09.2025).