

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра обліку і аудиту

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ОЦІНКА ВАРТОСТІ ГУДВІЛУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

ЯНКІ ТЮНДЕ СТЕПАНІВНА

Студент(ка) IV-го курсу

Освітня програма «Облік і оподаткування»

Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 2 / 29 вересня 2023 року

Науковий керівник: _____

Пойда-Носик Ніна Никифорівна
доктор економічних наук, професор

Завідувач кафедри _____

Бачо Роберт Йосипович
доктор економічних наук, професор

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 2024 року

Протокол № _____ / 2024

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра обліку і аудиту

Кваліфікаційна робота
ОЦІНКА ВАРТОСТІ ГУДВІЛУ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Студент(ка) IV-го курсу

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV-го курсу

Янкі Тюнде Степанівна

Освітня програма «Облік і оподаткування»

Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

Науковий керівник:

Пойда-Носик Ніна Никифоровна

доктор економічних наук, професор

Рецензент

Рацин Корнелія Костянтинівна

ТОВ «ТСК-85», головний бухгалтер

Берегове
2024

**Ministry of Education and Science of Ukraine
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education**

Department of Accounting and Auditing

Qualification thesis

VALUATION OF THE GOODWILL OF A BUSINESS ENTITY

Bachelor's Level of Higher Education

Author: 4th-year student

YANKI TYUNDE STEPANIVNA

Educational Program "Accounting and Taxation"

Specialty 071 "Accounting and Taxation"

Academic supervisor: DSc, Prof. Poyda-Nosyk N.N.

(academic degree, academic title, position)

Reviewer: Racyn Cornelia

Chief accountant at the "TSK-85" LLC

Berehove
2024

**Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma
II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola**

Számvitel és Auditálás Tanszék

A VÁLLALKOZÁS ÜZLETÉRTÉKÉNEK BECSLÉSE

Szakedolgozat

Készítette: Jánki Tünde

IV. évfolyamos

Számvitel és adóügy szakos hallgató

Témavezető: Prof. Dr. Pajda-Noszik Nina

gazdaságtudományok doktora, professzor

Recenzens: Racyn Cornelia

(A „TSK-85” Kft. főkönyvelője)

Beregszász – 2024

CONTENT

INTRODUCTION in English	8
INTRODUCTION in Hungarian	11
INTRODUCTION in Ukrainian	14
CHAPTER 1. THEORETICAL BASIS OF GOODWILL VALUE ACCOUNTING AND MEASUREMENT	17
1.1 Goodwill as an object of valuation in the accounting system.....	17
1.2 Structural elements and criteria for the classification of goodwill	28
1.3. Main methods of goodwill valuation.....	34
CHAPTER 2. ASSESSMENT OF THE GOODWILL VALUE ON THE EXAMPLE OF "TSK-85" LLC	42
2.1. General characteristics and analysis of the main economic indicators of the valuation object.....	42
2.2. Valuation of goodwill under the income and cost approaches	51
CHAPTER 3. DIRECTIONS FOR IMPROVING GOODWILL VALUE ASSESSMENT IN THE CURRENT ECONOMIC CONDITIONS	63
3.1. Improving the valuation of goodwill when concluding an agreement for the sale of a company	63
3.2. Strategic analysis of goodwill in a risk-oriented enterprise management system.....	71
CONCLUSIONS in English	82
CONCLUSIONS in Hungarian	84
CONCLUSIONS in Ukrainian	86
REFERENCES	88
APPENDICES	95
Abstract in English	
Abstract in Hungarian	
Abstract in Ukrainian	

TARTALOM

BEVEZETÉS angolul	7
BEVEZETÉS magyarul	10
BEVEZETÉS ukránul	13
1. FEJEZET. AZ ÜZLETÉRTÉKÉRTÉKELÉS SZÁMÍTÁSÁNAK ÉS MÉRÉSÉNEK ELMÉLETI ALAPJAI	16
1.1 A goodwill, mint az értékelés tárgya a számviteli rendszerben.....	16
1.2 A goodwill besorolásának strukturális elemei és kritériumai	27
1.3. A goodwill értékelésének főbb módszerei.....	33
2. FEJEZET AZ ÜZLETI ÉRTÉK ÉRTÉKELÉSE A "TSK-85" LLC PÉLDÁJÁN	41
2.1. Az értékelési tárgy főbb gazdasági mutatóinak általános jellemzői és elemzése	41
2.2. A goodwill értékelése bevétel- és költség- oldalról	50
3. FEJEZET. A GOODWILL ÉRTÉKELÉSÉNEK FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI A JELENLEGI GAZDASÁGI FELTÉTELEK KÖZÖTT	62
3.1. A goodwill értékelésének javítása cégértékesítési szerződés megkötésekor.....	62
3.2. A goodwill stratégiai elemzése egy kockázatorientált vállalatirányítási rendszerben.....	70
KÖVETKEZTETÉSEK angolul	81
KÖVETKEZTETÉSEK magyarul	83
KÖVETKEZTETÉSEK ukránul	85
IRODALOM	87
MELLÉKLETEK	94
Absztrakt angolul	
Absztrakt magyarul	
Absztrakt ukránul	

ЗМІСТ

ВСТУП англійською мовою	7
ВСТУП угорською мовою.....	10
ВСТУП українською мовою.....	13
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ТА ОЦІНКИ	
ВАРТОСТІ ГУДВІЛУ	16
1.1. Гудвіл як об’єкт оцінки в системі бухгалтерського обліку.....	16
1.2. Структурні елементи та критерії класифікації гудвілу	27
1.3. Основні методи оцінки вартості гудвілу	33
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ВАРТОСТІ ГУДВІЛУ НА ПРИКЛАДІ ТОВ	
«ТСК-85».....	41
2.1. Загальна характеристика та аналіз основних економічних показників підприємства.....	41
2.2. Оцінка гудвілу підприємства за доходним і витратним підходами....	50
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ	
ГУДВІЛУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	62
3.1. Удосконалення оцінки вартості гудвілу при продажу компанії.....	62
3.2. Стратегічний аналіз гудвілу в ризико-орієнтованій системі управління підприємством.....	70
ВИСНОВКИ англійською мовою.....	81
ВИСНОВКИ угорською мовою	83
ВИСНОВКИ українською мовою.....	85
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	94
Анотація англійською мовою	
Анотація угорською мовою	
Анотація українською мовою	

INTRODUCTION

Relevance of research. The main trends in the development of the economy over the last period show that at the same level as the modern material and technical base, the results of the companies' activities are also significantly influenced by the intangible components of the enterprise. Such an object is goodwill, which is an asset inseparable from the company's potential, which is used in its financial activities, is able to bring it additional profit and is a unique feature of the company.

Goodwill is one of the fundamentally new objects that appeared in its theory and practice at the stage of formation and development of market relations in Ukraine. That is why the question of the basic principles of its recognition and evaluation as an economic and specific category becomes particularly relevant.

The most detailed information about the peculiarities of the goodwill evaluation process was reflected in the scientific developments of domestic scientists: M. Bondar. [3], E. Brykharov[4], L.Volynets [6], L.Gots [12-13], A. Korchemlyuk [25], S. Legenchuk [29], V. Podolna [41], Popova A. [43], H. Umantsiv [60-61], O. Khortyuk [63] and others.

Taking into account the work of Ukrainian and foreign experts on the evaluation of the value of goodwill, it should be stated that the organizational and methodological issues related to the formation of a transparent and accessible database of important information about goodwill have not found a clear solution and require more detailed research. The relevance, scientific-theoretical and practical significance, lack of elaboration of the issues of goodwill valuation determined the choice of the topic, its structure and content.

The purpose of the study is to investigate the theoretical and practical aspects of goodwill valuation and to consider possible ways of improvement.

Based on the above, the following **tasks were set and solved in the work**:

- consider the economic and legal characteristics of goodwill as an object of assessment;

- outline the criteria for the classification of goodwill for the purposes of its evaluation;
- to investigate the features of recognition and valuation of goodwill;
- to determine the optimal methods of evaluating goodwill;
- to consider proposals for improving the valuation of goodwill.

The object of the study is goodwill as an intangible asset of a business entity and the peculiarities of its measurement.

The subject of the research is a set of theoretical, methodical and practical issues related to the evaluation of goodwill on the example of “TSK-85” LLC. The enterprise is an independent economic statutory entity and is a legal entity; it carries out production, commercial and other economic activities that do not contradict the current legislation and the charter of this enterprise with the purpose of obtaining profit. The main activity of the enterprise is international freight transportation. "TSK-85" LLC has a fleet of 12 international-class trucks. Location of the enterprise. Uzhhorod district, village Mynai, str. Svobody, 5.

Research methods. A complex of complementary research methods was used to solve the identified tasks and achieve the goal: observation, systematization, methods of system analysis, and methods of comparative and direct structural analysis.

The scientific novelty of the obtained results lies in the systematization and clarification of theoretical provisions and the development of practical recommendations aimed at improving the methodology for estimating the value of goodwill in the conditions of informational changes.

The practical significance of the research results lies in the development of reasonable recommendations for improving the valuation of goodwill, which will contribute to the growth of financial management efficiency by increasing the reliability and reality of information provision. The recommendations and proposals outlined in the work are aimed at being used in the practical activities of business entities in the industry.

Research information base. In the research process, the scientific works of domestic and foreign economists on the theory, methodology and organization of economic analysis were used; legislative and regulatory acts that regulate the activities of enterprises in Ukraine; recommendations, regulations and standards; scientific and methodical literature; materials of periodicals, etc.

The structure of the work includes an introduction, three sections, conclusions, a list of used literature, and appendices.

The first chapter highlights the essence and main approaches to determining goodwill, presents methods of its assessment and characterizes goodwill as a functional component of the enterprise's business reputation.

In the second section, the general characteristics of the investigated enterprise - LLC "TSK-85" are given; the activity of the enterprise and its business reputation were evaluated according to the main indicators of the financial condition; goodwill was assessed and strategic opportunities and prospects for innovative development and improvement of the company's business reputation were determined.

In the third chapter, the conceptual principles of the formation of the mechanism for improving the business reputation (goodwill) of the enterprise are defined, an innovative project is proposed to increase the work efficiency and business reputation of TSK-85 LLC, and innovative ways of improving its business reputation are outlined by promoting the enterprise brand.

BEVEZETÉS

A kutatás relevanciája. A gazdaság fejlődésének az elmúlt időszak főbb tendenciái azt mutatják, hogy a korszerű anyagi-technikai bázissal azonos szinten a vállalkozások tevékenységének eredményét jelentősen befolyásolják a vállalkozás immateriális összetevői is. Ilyen tárgy a goodwill, amely a vállalat potenciáljától elválaszthatatlan eszköz, amelyet a pénzügyi tevékenységében hasznosít, többlet profitot képes hozni, és a társaság egyedi jellemzője.

A goodwill az egyik alapvetően új tárgy, amely elméletében és gyakorlatában megjelent az ukrain piaci kapcsolatok kialakulásának és fejlődésének szakaszában. Ezért válik különösen időszerűvé a gazdasági és sajátos kategóriaként való elismerésének és értékelésének alapelveinek kérdése.

A goodwill értékelési folyamat sajátosságairól a legrészletesebb tájékoztatások a hazai tudósok tudományos fejleményeiben tükröződtek: MI Bondar. [3], Brykharov EI [4], LO Volynets [6], LM Gots [12-13], Korchemlyuk AI [25], Legenchuk S.F. [29], Podolna V. [41], Popova A. [43], Umantsziv H. [94], Khortyuk O. [63] és mások.

Figyelembe véve ukrán és külföldi szakértők munkáját a goodwill értékének értékelésével kapcsolatban, meg kell állapítani, hogy a goodwillre vonatkozó fontos információk átlátható és hozzáférhető adatbázisának kialakításával kapcsolatos szervezeti és módszertani kérdések nem találtak egyértelmű megoldást. És részletesebb kutatást igényelnek. A goodwill értékelés kérdéseinek relevanciája, tudományos-elméleti és gyakorlati jelentősége, kidolgozatlansága határozta meg a témaválasztást, annak szerkezetét és tartalmát.

A tanulmány célja a goodwill értékelés elméleti és gyakorlati szempontjainak vizsgálata, valamint a javítás lehetséges módjainak mérlegelése.

A fentiek alapján a következő **feladatokat tűztük ki és oldottuk meg a munkában:**

- mérlegeli a goodwill gazdasági és jogi jellemzőit;

- felvázolja a goodwill minősítésének ismérveit értékelése céljából;
- a goodwill megjelenítésének és értékelésének jellemzőinek vizsgálata;
- a goodwill értékelésének optimális módszereinek meghatározása;
- javaslatokat mérlegelni a goodwill értékelésének javítására.

A vizsgálat tárgya a "TSK-85" LLC. A vállalkozás önálló gazdálkodó jogi személy és jogi személy, nyereségszerzés céljából termelő, kereskedelmi és egyéb gazdasági tevékenységet folytat, amely nem ütközik a hatályos jogszabályokba és a vállalkozás alapszabályába.

A vállalkozás fő tevékenysége a nemzetközi áru fuvarozás. A "TSK-85" LLC flottája 12 nemzetközi osztályú teherautóból áll. A vállalkozás helye. Ungvári járás, Minai falu, u. Svobodi, 5.

A kutatás tárgya a goodwill értékelésével kapcsolatos elméleti, módszertani és gyakorlati kérdések összessége.

Kutatási módszerek. A feltárt feladatok megoldásához és a cél eléréséhez egymást kiegészítő kutatási módszerek komplexét alkalmaztuk: megfigyelést, rendszerezést, rendszerelemzési módszereket, összehasonlító és közvetlen szerkezelemzési módszereket.

A kapott eredmények tudományos újdonsága az elméleti rendelkezések rendszerezésében, pontosítása bán és gyakorlati ajánlások kidolgozásában rejlik, amelyek célja a goodwill értékelésének módszertana az tájékoztató változások körülményei között.

A kutatási eredmények gyakorlati jelentősége a goodwill értékelésének javítását célzó ésszerű ajánlások kidolgozásában rejlik, amelyek az tájékoztatószolgáltatás megbízhatóságának és realitásának növelésével hozzájárulnak a pénzügyi gazdálkodás hatékonyságának növekedéséhez. A munkában felvázolt ajánlások és javaslatok az iparban tevékenykedő gazdasági társaságok gyakorlati tevékenységében való felhasználásra irányulnak.

Kutatási tájékoztató bázis. A kutatási folyamatban a hazai és külföldi közgazdászok a közgazdasági elemzés elméletével, módszertanával és

szerveződésével foglalkozó tudományos munkáit használták fel; az ukrajnai vállalkozások tevékenységét szabályozó törvényi és szabályozási tettek; ajánlások, előírások és szabványok; tudományos és módszertani irodalom; folyóiratok anyagai stb.

A munka felépítése egy bevezetőt, három részt, következtetéseket, a felhasznált irodalom jegyzékét és a mellékleteket tartalmazza.

Az első fejezet kiemeli a goodwill meghatározásának lényegét és főbb megközelítéseit, bemutatja értékelésének módszereit, valamint a goodwillt a vállalkozás üzleti hírnevének működésbeli összetevőjeként jellemezi.

A második részben a vizsgált vállalkozás - LLC "TSK-85" általános jellemzőit adjuk meg; a vállalkozás tevékenységét és üzleti hírnevét a pénzügyi helyzet főbb mutatói alapján értékelték; Megvizsgálták a goodwillt, és meghatározták a stratégiai lehetőségeket és kilátásokat az innovatív fejlesztésre és a vállalat üzleti hírnevének javítására.

A harmadik fejezetben meghatározásra kerülnek a vállalkozás üzleti hírnevét (goodwill) javító mechanizmus kialakításának elvi alapelvei, innovatív projektet javaslunk a TSK-85 LLC munkahatékonyságának és üzleti hírnevének növelésére, valamint innovatív módszereket. Üzleti hírnevének javítása a vállalati márka népszerűsítésével körvonalazódik.

Вступ

Актуальність дослідження. Основні тенденції розвитку економіки за останній період свідчать про те, що на рівні сучасної матеріально-технічної бази на результати діяльності компаній істотний вплив мають і нематеріальні складові підприємства. Таким об'єктом є гудвіл, який є невіддільним від потенціалу підприємства активом, який використовується у його фінансовій діяльності, здатний приносити йому додатковий прибуток і є унікальною рисою підприємства.

Гудвіл є одним із принципово нових об'єктів, що з'явилися в її теорії та практиці на етапі становлення та розвитку ринкових відносин в Україні. Тому особливої актуальності набуває питання про основні принципи її визнання та оцінки як економічної та специфічної категорії.

Найбільш детально інформація про особливості процесу оцінки гудвілу відображена в наукових розробках вітчизняних учених: Бондар М. . [3], Е. Брихаров [4], Л. Волинець [6], Л. Гоц [12-13], А. Корчемлюк [25], С. Легенчук [29], В. Подольна [41], Попова А. [43], Г. Уманців [60-61], О. Хортюк [63] та ін.

Беручи до уваги роботу українських та зарубіжних експертів з оцінки вартості гудвілу, слід констатувати, що організаційно-методичні питання щодо формування прозорості та доступної бази даних важливої інформації про гудвіл не знайшли чіткого вирішення. і вимагають більш детального дослідження. Актуальність, науково-теоретична та практична значущість, недостатня розробленість питань оцінки гудвілу зумовили вибір теми, її структуру та зміст.

Мета роботи – дослідити теоретичні та практичні аспекти оцінки гудвілу та розглянути можливі шляхи її вдосконалення.

Виходячи з вищевикладеного, **в роботі були поставлені та вирішені наступні завдання:**

- розглянути економіко-правову характеристику гудвілу як об'єкта оцінки;
- окреслити критерії класифікації гудвілу для цілей його оцінки;
- дослідити особливості визнання та оцінки гудвілу;
- визначити оптимальні методи оцінки гудвілу;
- розглянути пропозиції щодо вдосконалення оцінки гудвілу.

Об'єктом дослідження є гудвіл як нематеріальний актив суб'єкта господарювання та особливості його оцінки.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних та практичних питань щодо оцінки гудвілу на прикладі ТОВ «ТСК-85». Підприємство є самостійним статутним суб'єктом господарювання і є юридичною особою; провадить виробничу, комерційну та іншу господарську діяльність, що не суперечить чинному законодавству та статуту цього підприємства, з метою одержання прибутку. Основним видом діяльності підприємства є міжнародні вантажні перевезення. ТОВ «ТСК-85» має в своєму розпорядженні 12 вантажівок міжнародного класу. Розташування підприємства. Ужгородський р-н, с.Минай, вул. Свободи, 5.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань і досягнення мети використано комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: спостереження, систематизація, методи системного аналізу, методи порівняльного і прямого структурного аналізу.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в систематизації та уточненні теоретичних положень і розробці практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення методології оцінки вартості гудвілу в умовах інформаційних змін.

Практичне значення результатів дослідження полягає в розробці обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення оцінки гудвілу, що сприятиме зростанню ефективності фінансового менеджменту шляхом підвищення достовірності та реальності інформаційного забезпечення.

Викладені в роботі рекомендації та пропозиції спрямовані на використання в практичній діяльності суб'єктів господарювання галузі.

Дослідницька інформаційна база. У процесі дослідження використано наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів з питань теорії, методології та організації економічного аналізу; законодавчі та нормативні акти, які регулюють діяльність підприємств в Україні; рекомендації, положення та стандарти; науково-методична література; матеріали періодичних видань та ін.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаної літератури, додатки.

У першому розділі висвітлено сутність та основні підходи до визначення гудвілу, наведено методику його оцінки та охарактеризовано гудвіл як функціональну складову ділової репутації підприємства.

У другому розділі наведено загальну характеристику досліджуваного підприємства – ТОВ «ТСК-85»; оцінено діяльність підприємства та його ділову репутацію за основними показниками фінансового стану; проведено оцінку гудвілу та визначено стратегічні можливості та перспективи інноваційного розвитку та підвищення ділової репутації компанії.

У третьому розділі визначено концептуальні засади формування механізму покращення ділової репутації (гудвілу) підприємства, запропоновано шляхи підвищення ефективності роботи та ділової репутації ТОВ «ТСК-85», зокрема за рахунок просування бренду підприємства.

CHAPTER 1

THEORETICAL BASIS OF GOODWILL VALUE ACCOUNTING AND MEASUREMENT

1.1. Goodwill as an object of valuation in the accounting system

Every enterprise, from the moment of its creation, begins to accumulate various assets through its economic activities. Alongside with such assets as fixed assets, inventories, patents, licenses, goods, and products, the enterprise also establishes a name that, over time, becomes known to a certain group of consumers. The company independently builds its reputation, which can become either positive or negative over time. This reputation is shaped by various factors, including adherence to agreements and contracts, the quality of contract execution and product manufacturing, the competence and qualifications of employees, and more. In scientific practice, this entire set of concepts is encapsulated by the term “goodwill”.

Goodwill (" goodwill ") - translated from English literally "good will" - is an interdisciplinary category that dates back several centuries. In the earliest and simplest form, even before the appearance of factories, goodwill was associated with the business reputation of an individual - an honest and productive worker. The reputation of individuals was important, because it was the reputation of their business, that is, what they did and earned a living that depended on it. With the development of trade, business reputation came out "from the shadows", its importance began to grow rapidly and, finally, it reached the level at which it began to form the value of enterprises [41, p.55].

Some sources attribute the first mention of goodwill to the beginning of the 15th century. It was during this period that a specific concept of "goodwill" appeared in the commercial practice of England, which had a negative meaning from a socio-political point of view.

The first official mention of goodwill dates back to 1571. The first court precedent related to the definition and evaluation of goodwill arose in England in

1620 - the case "Broad v. Joliffe". Grocer Broad, who bought his business from Joliffe, paid him the value of the goods and a premium to guarantee that the seller would not move to a new location. However, the seller moved, continuing the business at another location, which was against the terms of the agreement. The case was considered in court and the court made a decision in favor of the plaintiff. The agreement was terminated. The main subject of consideration was the business reputation of the sold case, which, in the plaintiff's opinion, was lost, because the loyalty of buyers changed due to the change in the location of the store. From the end of the 17th, official references to goodwill appeared in printed sources. Thus, in one of the numbers of Langer magazine for 1786 it was written: "Mrs. N sold the goodwill of her shop and warehouse", and in Fawcett's "Political Economy" (1863) there is a phrase that: "A lawyer can or sell the goodwill of your business, or pass it on to your children [41, p. 59].

In the 19th century the term "goodwill" passed from legal to accounting practice, as it was recognized as a property right, and it became necessary to evaluate and account for it. Thus, in the Accounting Dictionary (1882), goodwill is defined as "the advantages of a commercial institution that has a good reputation. A perfectly organized commercial business promises profit to all who wish to participate in it - and therefore, it is quite natural that they pay real money for this advantage. Anyone who is engaged in such a business and is forced to leave it for one reason or another can "sell the reputation of his business." In 1891, the English accountant F. More first proposed approaches to the evaluation of goodwill based on the additional income generated by it.

From the end of the XIX century. and to this day goodwill becomes an object of debate both in the scientific world and in the business environment. 8 At the same time, two opposite points of view on goodwill as an economic category are developing. The Swiss Johann Friedrich Scher (1846-1924) became the ideologist of one current, who claimed that goodwill is "a special kind of veiling of business." Sher believed that goodwill is used in the balance sheet in order to hide certain

aspects of the enterprise's activity, to increase or decrease the value of the firm when it is sold. Thus, when selling a firm, a price was set that exceeded the value of assets in the balance sheet, and the difference was recorded as an imaginary asset. The Englishman Francis held the opposite point of view Pixley (1852-1933), who defined goodwill as "the discounted value of future excess profits , i.e., the amount of excess profits received by the enterprise over the rate of return on invested capital, taking into account existing risks." Pixley argued that goodwill is inherent in any business that is functioning, can be bought, and has surplus profits. However, only "acquired goodwill" can be reflected in accounting, that is, goodwill arising from the purchase and sale of an enterprise, in other words, goodwill for which money has been paid. L. Retel (1924) first revealed the very concept of «excess profit» as the profit received by the enterprise at the expense of goodwill.

In the 20th century when studying the concept of "business reputation", they increasingly began to turn to public opinion, the formation and consciousness of the consumer, social aspects of reputation, which was also reflected in the scientific works of various economists.

Most researchers are of the opinion that goodwill is the difference between the purchase price of a business and the value of its net assets, that is, the amount paid for the business over the true value of its assets on the date of acquisition. However, goodwill is not created at the time of the sale of the enterprise, but is accumulated over the years of its existence and efficient production. Therefore, to understand the need to account for internal goodwill, it is more appropriate to use the following definition: goodwill is a complex asset that does not have a material form and is created at the enterprise by the method of accumulation in order to obtain excess profit. That is why in such a situation it is appropriate to talk about internal (created) goodwill.

Analysis of modern literature proves that scientists widely use the term "goodwill" and interpret it very controversially. Currently, there is no generally accepted definition of the concept. In general, terms, this term is interpreted as

reputation, respect, respectability and high evaluation of the company and its products. In the explanatory dictionary of intellectual property, goodwill is generally interpreted as any advantage received by its owner in the course of his economic activity.

We also do not find a consistent approach to determining the essence of goodwill in the current legislation of Ukraine. Now, goodwill remains the subject of one of the most heated debates in the world. At the same time, the interpretation of goodwill in domestic regulatory acts differs mainly in its definition as the result of a comparison of values (Table 1.1)

Table 1.1.

Definition of goodwill in normative legal acts

No	Definition	Legislative act or normative legal document
1	Goodwill arising from a business combination is an amount paid by the buyer that exceeds the market value of the acquisition in anticipation of future economic benefits.	IFRS 3 "Business Combinations"
2	Goodwill is the excess of the purchase price over the acquired interest in the fair value of the identifiable acquired assets that is inseparable from the acquired business. The actual value of goodwill is the acquisition cost less the difference in the fair value of identifiable assets, liabilities and contingent liabilities.	P(S)BO 19 "Union of Enterprises" , Ltd. by order of the MFU No. 163 dated 07.07.1999
3	Goodwill is the excess of the purchase price over the buyer's interest in the fair value of the acquired identifiable assets and liabilities at the acquisition date	Tax Code of Ukraine , signed post. Verkhovna Rada No. 2755-VI dated December 2, 2010.
4	Goodwill (value of business reputation) is an intangible asset, the value of which is defined as the difference between the market price and the book value of the company's assets as a complete property complex, which arises as a result of the use of better management qualities, a dominant position on the market for goods, services, and new technologies.	"Procedure of expert evaluation of intangible assets", approved . by order of the State Property Fund of Ukraine for Science and Technology No. 969/97 dated 06.27.1995

The above interpretations have a similar essence (with the exception of the last one) and determine the main feature of goodwill - the excess of the market value of the company over the actual value. It is worth noting that it is the term "excess" and not "difference" that, in our opinion, reflects the quintessence of goodwill.

Literally from English, "goodwill" is translated as "good will", which means the presence of advantages, not only differences.

A comparison of the interpretation of the essence of goodwill in various literary sources is presented in the table. 1.2.

Table 1.2.

Interpretation of the concept of "goodwill" in various scientific sources

Sources	Definition of the concept of "goodwill"
Sagova S. [52]	Goodwill is the positive or negative difference between the purchase price of the business as a whole and the aggregate value of its net assets, each of which is valued at fair value at the date of acquisition.
Umantsiv H. [60]	Goodwill is an intangible asset, the value of which is defined as the difference between the book value of the enterprise's assets and its normal value as a whole property complex, which arises as a result of the use of better management qualities, a dominant position in the market of goods (works, services), new technologies, etc.
Rydzevska A [47]	Goodwill is an element that embodies intangible components, the value of which is very high for the enterprise, despite the fact that they are not recognized as assets in accounting.
Shvindina G., Koshevets V. [67]	Goodwill is the advantage that the company receives from the integrated management of emotional appeal, product quality, relations with partners, management reputation, financial indicators, social responsibility and which is a source of growth of its shareholder value.
Sinko G.S., Bozhko V.P. [53]	Goodwill is a set of inseparable intangible advantages of the enterprise, capable of bringing extraordinary profits and acting as resources used in financial and economic activities.
Koshevets V.V. [26]	Goodwill is a value that is formed as a result of complex management of emotional appeal, product quality, relations with partners, management reputation, financial indicators, social responsibility, which is a source of growth of the company's value.
Tovma O.A. [57]	Goodwill is a risky intangible asset that allows the enterprise to receive added economic value (economic profit).

The analysis of researchers' views on the interpretation of the concept of "goodwill" made it possible to identify three main approaches. Thus, the concept of "goodwill" refers to both law and economics and accounting, so lawyers, economists and accountants operate with their own categories and ideas.

Legal approach. Goodwill is considered in the light of certain rights to objects of an intangible nature, which may be separable or inseparable from a separate individual or legal entity. One group of scientists notes [25, p.11] that such assets

are inseparable from the enterprise (D.O. Vishenni, M.V. Dulyasova , A.O. Karpychova , T.R. Khannanova), while other researchers talk about the possibility of their identification and classification (L.V. Horodianska, N.V. Generalova, S.F. Legenchuk , K.S. Seli Verstova). The objective component of goodwill as a legal category is non-property good, which means the results of intellectual, creative activity, personal non-property goods, and the subjective component is information that forms a business reputation, that is, information provided directly by a legal entity, and the results of an assessment business reputation by other legal entities. In Ukraine, in accordance with Part 1 of Art. 201 of the Civil Code, personal non-property goods protected by legislation are: health, life; honor, dignity and business reputation; name (designation); authorship; freedom of literary, artistic, scientific and technical creativity; as well as other benefits protected by civil law.

It should be noted that the literature rarely interprets business reputation through the prism of personal non-property benefits, instead focusing on social or public evaluation, thus considering only the subjective side of this concept as a legal category. If we view goodwill from this perspective, we must also consider the sources of external information, that is, those who conduct the assessment.

On one hand, information can be provided directly by the legal entity itself through advertising, various promotions, and PR campaigns aimed at attracting the attention of consumers and counterparties to positively impact its business reputation. On the other hand, information can be provided by other legal entities, including independent rating companies, evaluation activities, and consumers in general.

However, it should be remembered that ratings and other assessments are not always objective. They can sometimes be influenced by unfair competition practices, meaning a legal entity can, so to speak, buy a business reputation rather than earn it.

Considering the above, we can conclude that the business reputation of a legal entity is a personal intangible benefit formed based on existing information about

the prestige of its trademarks, brand (commercial) name, and the business qualities of the legal entity as a counterparty in civil legal relations. This includes assessments by consumers and other civil law subjects, and it finds its material expression in the form of goodwill, a non-property asset of the legal entity.

Two important conclusions follow from this definition. First, the basis of the formation of business reputation is undoubtedly information that can exist in the form of an external evaluation of a legal entity and its internal evaluation. At the same time, as a result, a non-property asset of the enterprise can also be formed - goodwill, which can change depending on the available information (both positive and negative). Second, information is assumed to be true until proven otherwise. The external expression of the business reputation will be the public assessment not only of the business reputation, but also of the legal entity in general. This can be called the "visible part" of business reputation, on the basis of which counterparties decide on entering into legal relations with this person, and consumers - on the possibility of purchasing his goods or services. Unfortunately, not all legal entities build their business reputation in good faith, while discrediting the business reputation of other legal entities, thereby trying to take a higher, if not dominant, position on the market. Therefore, consumers and counterparties should remember the possibility of "buying" business reputation by individual legal entities by obtaining first places in ratings and "independent" assessments.

A legal approach to the understanding of goodwill makes it possible to create prerequisites for displaying it as an asset of the enterprise, as it allows you to correlate the understanding of goodwill in a legal aspect with the criteria for recognizing assets in accounting.

Accounting approach. Presupposes the understanding of goodwill only when carrying out acquisition or privatization (corporatization) operations. From the accounting perspective, goodwill is an intangible asset, the value of which is defined as the difference between the market price and the book value of the company's assets as a complete property complex. This value arises from the use of superior

management qualities, a dominant market position in goods and services, and new technologies [25, 14]. In fact, goodwill in value terms is the amount that a buyer of a business is willing to pay over the book value of its assets. The existence of such a difference is due to the emergent nature - the characteristic of the enterprise as a system, that is, the irreducibility of the properties of the system to the sum of the properties of its elements. All positive or negative circumstances related to the image of the company - the company name, geographical location, sales and supply features, the use of know-how in the production process and management know-how in the marketing process are elements that form the value of goodwill. Before 2008 in Ukraine, goodwill was defined as the difference between the acquisition cost and the buyer's share in the fair value of the acquired identifiable assets and liabilities on the date of acquisition, according to P(S)BO 19 "Combination of Enterprises" (valid until July 1, 2008). Today, the approach implemented in P(S)BO 19 has been further narrowed down. This is justified by the fact that, according to P(S)BO 19, goodwill is only the excess of the purchase price over the corresponding share of the buyer. Theoretically, a zero result is also possible - provided that the purchase price and the buyer's share in the fair value of the acquired identified assets and liabilities match. However, in practice, the existence of such a situation is impossible, since in most cases the assessment of assets and liabilities provided by the accounting system is retrospective in nature and does not take into account existing market trends and current fluctuations in their value. Recognition of goodwill only in the case of a merger or sale of enterprises is due to the approximation of domestic accounting provisions to international financial reporting standards, according to which business reputation (goodwill) is recognized as an intangible asset only in the case of a merger or sale of enterprises. In particular, in the American theory, goodwill is the capital of acquisitions, when the price paid for the company exceeds the market value of tangible assets.

Thus, accounting demonstrates the most conservative attitude to goodwill, claiming that it is possible to identify goodwill only in the case of the purchase and sale of an enterprise as a complete property complex.

For now, goodwill accounting is governed by both international and national standards, which outline the procedures for recognition, measurement, and impairment testing of goodwill.

International Standards for Goodwill Accounting

1. IFRS 3 (International Financial Reporting Standard 3) - Business Combinations

Key Provisions: IFRS 3 outlines how companies should account for business combinations, including the acquisition of goodwill. According to this standard, goodwill arises when the purchase price of an acquired business exceeds the fair value of its identifiable net assets at the acquisition date.

Accounting Requirements: Under IFRS 3, goodwill is not amortized but is instead subject to an annual impairment test. This means that companies must annually, or more frequently if there are indicators of impairment, test whether the carrying value of goodwill exceeds its recoverable amount.

2. IAS 36 (International Accounting Standard 36) - Impairment of Assets

Key Provisions: IAS 36 governs the process of impairment testing. Companies must assess whether there are any indications that an asset might be impaired. If such indications exist, the company must estimate the recoverable amount of the asset and compare it with its carrying amount.

Accounting Requirements for Goodwill: Goodwill must be tested for impairment annually or more frequently if there are indicators of possible impairment. If the carrying amount of goodwill exceeds its recoverable amount, the excess is recognized as an impairment loss.

National Standards for Goodwill Accounting (Ukraine)

1. UAS 19 "Business Combinations"

Key Provisions: This standard defines the accounting treatment for business combinations, including the acquisition of goodwill. According to UAS 19, goodwill is recognized as the excess of the acquisition cost over the fair value of identifiable net assets acquired.

Accounting Requirements: Goodwill recognized in a business combination is amortized over its useful life, which should not exceed 20 years.

2. UAS 28 "Impairment of Assets"

Key Provisions: UAS 28 sets the rules for identifying and accounting for asset impairment. Companies must regularly assess whether there are any indications that assets, including goodwill, might be impaired.

Accounting Requirements for Goodwill: Goodwill is subject to impairment testing when there are indications that its carrying amount may not be recoverable. If such an indication exists, the company must estimate the recoverable amount of the goodwill and recognize an impairment loss if the carrying amount exceeds the recoverable amount.

Thus, international standards such as IFRS 3 and IAS 36 require annual impairment testing without amortization of goodwill, while national standards in Ukraine (UAS 19 and UAS 28) allow for amortization of goodwill along with subsequent impairment testing. Understanding these standards is crucial for accurate accounting and valuation of a company's goodwill.

Economic approach. According to this approach, goodwill in a broad sense is a set of certain assets and resources of an intangible nature that have not yet been identified and evaluated [25, p. 15]. The approach makes it possible to create prerequisites for displaying goodwill as a set of separately identified assets not only during the merger of enterprises, but also during its current activities. Based on this understanding, goodwill exists throughout the entire period of existence of a specific entity, and not only during its merger with another entity. As a result, internal goodwill may arise in the subject's current activity, that is, a set of intangible assets of the enterprise that create opportunities for him to receive future benefits . Internal

goodwill is a composite category that is formed from the totality of all intangible attributes of economic activity. Goodwill originates within the organization and is immanent to it; exists at every moment of the organization's activity and affects its financial results. In the conditions of the modern world, any object of ownership is a possible source of income and the object of a market agreement. Intangible assets (trademarks, brand, technologies, know-how, special marketing developments) have a significant impact on competitiveness and business efficiency and can bring additional profits. In general, goodwill can be anything that helps a company earn more profit per unit of assets than the average comparable company.

Thus, the main fundamental differences between the economic and accounting approaches to the interpretation of goodwill are as follows:

- 1) the economic approach allows for the possibility of calculating the goodwill (or its components) of an operating enterprise, while accounting standards recognize the possibility of estimating goodwill only when the enterprise is acquired;

- 2) in the economic approach, goodwill has an economic meaning in the form of an asset, while accounting standards consider goodwill as a conditional value calculated according to certain rules;

- 3) economic goodwill is on the way to disappearing, as the experience of auditing allows us to estimate an increasing number of intangible assets that are included in goodwill. Accounting goodwill is not reduced, as these assets are not recognized by reporting standards.

Thus, the economic essence of goodwill in the modern sense is that it is a unique object that allows the company to generate additional income. In other words, goodwill is an invisibly existing value. If the current accounting records could reflect the market value not just of its assets, but the market value of the enterprise itself, there would be no goodwill. But there are no such possibilities, since there is no objectively existing goodwill. It arises due to illusions regarding the assessment of a certain property complex that really exists.

1.2. Structural elements and criteria for the classification of goodwill

At this stage, entrepreneurial activity in Ukraine is gradually moving to the European type of business management, borrowing and introducing elements and methods of entrepreneurial activity. One of the areas affected by foreign innovations is the assessment of the value of the enterprise. Modern entrepreneurs are moving away from the outdated standards of the Soviet times, when the value of the enterprise was only the value of its material equipment. Today, owners of large firms and enterprises have realized that a good company reputation, a wide range of clients and highly qualified personnel increase the value of the enterprise by almost two times. That is why, in our opinion, the question of specifying the characteristics of the constituent parts and the form of expression of goodwill is relevant.

Goodwill is classified according to many characteristics, the most common of which are *origin, qualitative assessment (arithmetic value) and ownership*.

Let's consider in more detail the structural elements of goodwill in terms of its classification.

1) Sign of origin. Internally generated goodwill, legacy goodwill, acquisition goodwill and consolidation goodwill are distinguished by this feature.

Goodwill created by an enterprise (purposefully or involuntarily) directly for itself is called *internally generated*. Internally created goodwill is an intangible asset of a specific enterprise accumulated over the years, which allows it to have tangible competitive advantages. It is not reflected in the company's balance sheet as other assets, but is indirectly reflected in the market price of the company's shares. Goodwill received by a new company created during the merger of companies is called *inherited*. Goodwill arising from the acquisition of a property complex is *goodwill upon acquisition*. And finally, the goodwill taken into account by the parent company is *the goodwill in the consolidation of the reporting*.

In Ukrainian practice, in accordance with the Instructions for the Application of the Chart of Accounts for the Accounting of Assets, Capital, Liabilities and Business Operations of Enterprises and Organizations, approved by

the Order of the Ministry of Finance No. 291 of November 30, 1999, only two types of goodwill are distinguished within this classification:

Goodwill on acquisition is the value of goodwill arising from the acquisition of another enterprise. The acquisition of an enterprise should be understood as a combination of enterprises, as a result of which the buyer acquires control over the net assets and activities of other enterprises in exchange for the transfer of assets, the assumption of liabilities or the issuance of shares. Net assets are the company's assets minus its liabilities.

Goodwill during privatization (corporatization) is the value of goodwill that arose during the privatization of an enterprise of the state, communal sectors of the economy. Privatization of state (communal) enterprises is carried out by:

- a) purchase and sale of objects of privatization at an auction, by tender, in other ways that involve competition between buyers;
- b) repurchase of a complete property complex of a state (communal) enterprise leased, in cases and according to the procedure provided for by law;
- c) purchase of property of a state (communal) enterprise in other cases provided for by law.

2) By qualitative assessment (by arithmetic value) distinguish between positive and negative goodwill.

A positive business reputation is associated with the favorable attitude of counterparties towards its owner, with trust in him and confidence in a useful result of cooperation. Represents the excess of the purchase price over the buyer's share in the fair value of identified assets and liabilities on the date of the transaction. There are various sources of positive goodwill of the enterprise. The company's activities in interaction with interested parties (system of agency relations, public relations) together with marketing strategies aimed at creating a unique, positive and strong brand image are the most effective ways of forming a positive image of the company. In order to form positive goodwill at the socio-cultural level, the enterprise must take into account the society's perception of what is good for it and what is not at the

stage of development at which the society is. Compliance with such fundamental values as business ethics, individual and collective rights, social responsibility and sources of income are the basis for the enterprise to gain a positive image.

A negative business reputation (negative goodwill or badwill) shows the instability of its owner's position in economic turnover, distrust of him by counterparties. It is considered as a discount from the price given to the buyer due to the lack of stable buyers, impeccable reputation, marketing and sales skills, business connections , management experience, highly qualified personnel, etc. from the seller. Negative goodwill should be taken into account as expenses of future periods, and in the future it is subject to write-off. Negative goodwill can arise as a result of low qualification of the staff, inability to understand with the authorities in the region, the presence of lawsuits, connections with organized criminal groups, etc. It can affect the value of the business in a downward direction, because it makes the organization not look successful, and therefore loses its attractiveness to investors.

In international practice, there are different approaches to the recognition of negative goodwill.

Table 1.3

Recognition of negative goodwill in certain countries

Name of country	Reason for use	Content of negative goodwill
USA	ARV Orion 16, page 67	Negative goodwill rarely occurs due to the fact that at the beginning it proportionally reduces the value of non-current assets, and only its balance is reflected as negative goodwill (which is recorded as income of future periods)
Great Britain	ACC, Accounting for Goodwill ED) 47, Pap.30	It is treated as an "unfavorable location" of the enterprise

In Ukraine, negative goodwill was included in assets until July 1, 2008. The term was canceled by the Order of the Ministry of Finance of Ukraine "On Approval of Changes to Certain Provisions (Standards) of Accounting" No. 756 of 31.05.2008, and instead of it, an equivalent concept was introduced - the excess of the value of

the buyer's share in the fair value of the purchased identified assets, must liabilities and contingent liabilities of the object of acquisition over the totality of costs for combining enterprises and/or types of their economic activity, which should be recognized as income.

Company (business) goodwill and personal goodwill are distinguished **by ownership (depending on the types of property objects)** .

The goodwill ("cat's" business reputation) inherent in a specific object of ownership remains with the enterprise after the change of ownership. For example, the goodwill of an Audi car will not disappear when this car is sold from one owner to another. P

The individual owner's goodwill ("dog's" business reputation) "leaves" the enterprise together with its owner, if the latter decides to create his business in a new place. For example, the goodwill of Mykhailo Poplavskyi's chain of restaurants "Batkivska Khata" is unlikely to remain so significant when this enterprise is sold to another restaurateur. When determining the type of goodwill, it should be taken into account that it can be characterized by several classification features at the same time.

Different researchers single out specific features that are decisive in the formation of goodwill and which were determined using morphological analysis (Table 1.4).

As we can see from the table. 1.4., according to most of the mentioned researchers, preference is given to such factors as business connections, prestige of trade marks, quality of management and management technologies, and reputation. Unlike most goodwill researchers [25] singles out two elements of goodwill:

– intra-company (goodwill in the narrow sense); – "the quintessence of hindsight in the formation and evaluation of goodwill" (the potential of the organization and conducting business; technological culture; connections; reputation in relations with counterparties);

Table 1.4.

List of specific features that form goodwill

Indexes	<i>K. D. Larson, P. U. Miller</i>	<i>IFRS No. 3</i>	<i>I. O. Blank</i>	<i>N. A. Abdullaev, M. O. Kolayko</i>	<i>A. G. Gryaznova, M. A. Fedotova</i>	<i>H. M. Desmond, R. E. Kelly</i>	<i>Yu. Simachev</i>	<i>V. V. Kovalev</i>
The cost of business relationships	+	+		+	+			+
Prestige of trademarks		+	+	+	+	+	+	+
Stable client base	+	+						
Location	+	+						
Quality and uniqueness of products	+	+						
Management quality and management methods	+		+			+	+	+
Reputation		+	+	+	+	+		+
New technologies			+			+		+
Highly qualified staff						+	+	
Licenses							+	
Corporate strategy						+		
Influence in government structures							+	
Business prospects								+

** Compiled on the basis of sources [25, 58, 59]*

– interfirm (market);

- "the quintessence of perspective in the formation and evaluation of goodwill" (hope factor; expectations regarding the firm's activities; business prospects).

Another approach to the structuring of goodwill is demonstrated by FI Sharkov. He distinguishes four constants of goodwill:

–corporate style is an element of the company's individuality. It is both a means of forming an image and an "information carrier", since the components of corporate style help the consumer to respond to the company's offers, while forming a specific attitude towards the company;

– publicity – public approval of the organization's activities. Publicity provides the company with opportunities to create awareness of the company's activities among potential stakeholders ;

–reputation is defined as a general opinion about the advantages and/or disadvantages of a particular object. Reputation is most often seen as a competitive advantage;

–image is a system of images and evaluations that are compared to a specific organization. In our opinion, the goodwill constants considered by F.I. Sharkov , characterize goodwill only from the point of view of the advantages it provides in the process of product promotion. This approach only demonstrates how the consumer's opinion about the business entity is formed and how this process can be influenced.

One of the determining factors in the formation of the company's business reputation and, as a result, the increase in the value of goodwill is the production of environmentally friendly products.

In the process of production of environmentally friendly products, on the one hand, the burden on the environment is reduced due to the introduction of new technologies, the use of higher quality natural raw materials, waste management systems, etc. , and on the other hand, consumers receive products that do not harm their health which ultimately forms consumer loyalty, a permanent customer base, etc.

The above approaches to determining the structure of goodwill only partially reflect the essence of the concept of "goodwill" and do not allow forming a basis for its evaluation. Taking into account the above studies, the need to establish a balance to satisfy the interests of stakeholders , we propose to divide the elements of goodwill into three groups depending on the areas of activity of business entities:

- economic;
- social;
- ecological

The difficulty of formalizing goodwill assessment is that individual measures implemented by the company are related to different aspects at the same time and are taken into account several times. So, for example, disposal of containers after initial use gives an ecological effect, as it reduces the burden on the environment, an economic effect - some types of containers can be reused, a social effect - raising the awareness of society.

Determining the structural elements that form the company's goodwill is one of the stages of the company's goodwill management process. As mentioned above, goodwill is a category that reflects the company's advantages over competitors, which provides more opportunities for the development of the business entity, therefore, in order to avoid chaotic management of goodwill, it is necessary to clearly structure the elements that form it. The goodwill evaluation process also needs a more detailed study, which will be the object of further research.

1.3. Main methods of goodwill valuation

In a competitive environment, any enterprise needs to determine its goodwill. Under modern conditions, the need to assess business reputation is obvious, in particular:

1. For management purposes - to assess the adequacy of the activities of managers and other personnel.
2. In order to assess the intellectual capital of the enterprise.
3. To determine the pre-sale value of the business, so that it takes into account the above intangible factors.
4. During lending for the purpose of obtaining a larger loan against the value of the company's intangible assets.
5. In order to substantiate the investment attractiveness of the enterprise.

In modern economic conditions, the state of the goodwill valuation market and the results of its use in Ukraine can be considered unsatisfactory. This is due to the lack of reliable information about companies, which greatly complicates the

work of appraisers, and the assessment based on official accounting reports may be several times lower than the real value. In addition, the lack of statistical information on concluded agreements for the purchase/sale of ready-made businesses does not make it possible to conduct a qualitative comparative analysis. The formation of the goodwill valuation market should be facilitated by the increasing focus of managers on increasing the value of their companies as one of the most important strategic tasks.

A significant difference between economic and accounting approaches to the valuation of goodwill should be identified.

Thus, according to the economic approach, it is allowed to calculate goodwill for an operating enterprise, while the accounting approach determines the possibility of evaluating goodwill only when acquiring an enterprise. In addition, the economic approach defines goodwill as an asset, while accounting standards consider it as a notional value calculated according to certain rules.

It is impossible to single out a universal method for assessing the company's reputation due to the fact that each company has its own specifics. Currently, there are many approaches to assessing business reputation, which are conventionally divided into two types: *quantitative and qualitative*. However, we note that most of the existing methods take into account the volume of sales of the enterprise (Table 1.5).

It should be noted that all the methods listed above are based exclusively on the use of financial statements of the enterprise, which makes it impossible to assess the goodwill of unprofitable and low-profit enterprises.

The quantitative group consists of methods based on goodwill valuation.

Under the cost approach, the value of goodwill is determined as the sum of costs for its creation, advertising and development at today's prices. The problem with this method is that past costs may not be directly related to the current status of goodwill.

Table 1.5.**Methods of quantitative assessment of goodwill**

Method name	The essence of the method	Advantages of the method	Disadvantages of the method
Excess profit method (internal, retro estimation)	Calculation of the average industry profit on assets and comparative analysis with a similar indicator of the enterprise under investigation	Allocation of the cost of the enterprise to the amount of tangible assets and goodwill. The presence of an economic effect from goodwill in business. The method is not universal	It is not always possible to correctly determine the amount of net income and the capitalization ratio.
Reputation assessment method based on the volume of product sales (current assessment)	Definition of goodwill as the difference between net operating profit and the volume of sales, multiplied by the profitability ratio.	The method is suitable for determining the current assessment of the company's reputation.	The specifics of the products are not taken into account during the calculations. Averaging based on gross profit.
Excess resources method (external, current assessment)	Comparison of the actual market value of used resources with their nominal value.	The method is suitable for evaluating the enterprise before sale .	The basis of profit is not only net assets. Surplus resources are formed not only at the expense of own funds.
Analytical method (internal, retro and current assessment)	Allocation of intangible assets and "hidden" investments.	Indicates the internal origin of business reputation. Very difficult to analyze and calculate.	Impossibility in some cases of determining all intangible assets.
Multiplier method (internal, current and forecasting)	Determining the profit attributable to the enterprise's corporate reputation.	Assessment of the company's internal reputation. Ability to calculate both current and future profit.	The need to modify the method due to the "one-sidedness" of the corporate reputation vision.

In the case of a comparative (market) approach, the methods of market capitalization and determining the discount for non-controlling nature are used to estimate the value of goodwill.

The estimation of the value of goodwill based on the discount for non-controlling nature is based on the theory of F. Pixley [25], according to which the company's shares contain part of its tangible and intangible assets, as well as

discounted future profit caused by additional benefits, i.e. goodwill. This means that every investor who buys shares of the company will buy a part of the goodwill.

According to this method, goodwill is calculated as the difference between the market value of the enterprise and the market value of adjusted net assets, which most accurately reflects the definition of goodwill recorded in the international financial reporting standard 22 "Combination of companies" and the Ukrainian Accounting Regulation (standard) 19 "About "union of enterprises". The advantages of the method include the fact that the value of goodwill is embedded in the value of the company's shares, which actually reflects its market value. However, the drawback of the method is the calculation formula, in which the price of the controlling stake is multiplied by the total volume of the issue of shares, which leads to an artificial overestimation of the market value of the enterprise.

The method based on market capitalization presupposes the use of an indicator of the company's share price, therefore, the calculation of goodwill by this method can be carried out only for joint-stock companies whose shares are in circulation on the stock market.

Determining the value of goodwill within the framework of the income approach is carried out using methods based on the calculation of the average industry amount of profit, excess profit, volume of sales, qualitative and leveraged methods.

The method based on the calculation of the average industry profit, proposed by I. Blank, is based on the statement that goodwill is formed at the expense of the excess profit of the enterprise, obtained from the total effect of numerous synergies. The concept of "synergism" implies that the income from the joint use of resources exceeds the sum of the income from using the same resources separately. In contrast to the formula proposed by I. Blank, L. Retel developed a method of excess profit using for the calculation of goodwill, not the annual average, but the actual indicators of the amount of profit and the value of net adjusted assets, followed by a forecast and discounting of the amount of the company's profit. According to the given

formulas, goodwill is calculated as the difference between the net profit of the enterprise and the value of the average amount of profit from its assets. The method, based on the determination of the volume of product sales, assumes the calculation of the average industry coefficient of profitability of the sale of goods, which characterizes the specific weight of net profit in the volume of product sales. As a result of multiplying the average annual volume of product sales by the average industry coefficient of sales profitability, the value of the average annual net profit on average in the industry will be obtained. The following deduction from the sum of the company's average annual net profit will give the value of the average industry profit as a result of the deviation of the company's net profit from the industry average. The leverage method was proposed by V. Eliseyev . This method of estimating the value of goodwill is based on the theory of financial leverage - an indicator that characterizes the company's use of borrowed funds, which affect the value of the coefficient of return on equity.

The effect of financial leverage is an indicator that reflects the amount of additional profit on equity at different levels of the use of borrowed funds (the higher the specific weight of borrowed funds in the total amount of capital used by the enterprise, the higher the level of profit on equity).

According to the leveraged method, goodwill is directly proportional to the initial value of the enterprise's assets and the deviation from the planned sales volume of products. A general drawback of determining the value of goodwill using methods based on the calculation of indicators such as the average industry amount of profit, excess profit, sales volume, and the leveraged method is the interpretation of goodwill as additional income for the enterprise. This contradicts its definition as a value reflection of a set of intangible assets not included in the balance sheet.

The second group consists of *qualitative research methods* (Table 1.6.)

The qualimetric method is based on the principles of qualimetry - the science of measuring and evaluating the quality of objects and processes. This method of

assessing the value of goodwill consists in determining the indicator of the utility of the enterprise.

Table 1.6.

Methods of qualitative evaluation of goodwill

Name of the method	The essence of the method	Advantages of the method	Disadvantages of the method
Qualimetric method (internal, retro)	Drawing an analogy between the usefulness of the enterprise and the amount of goodwill created	Expands the possibilities of the internal potential of the enterprise	Goodwill consists of the sum of relative and absolute indicators, which is not true from the point of view of mathematical calculations
Statistical method (external, internal, current, retro)	Use of business activity of the enterprise	Valuing business assets based only on sales volume is quite risky	The method does not provide an assessment of the company's reputation, other than "positive" or "negative", "better" or "worse"
The method of sociological surveys (external, current)	stakeholders about the enterprise is determined	The main method of qualitative subspecies provides an analytical assessment of the company's reputation	The accuracy of the estimate depends on the size of the sample
Rating method (external, current, forecasting)	Compilation of business reputation ratings by independent organizations, the company itself does not participate in the compilation of the rating	Independent examination, avoiding fakes	
The method of expert evaluations (external, internal, current, forecasting)	Forming a reputation assessment through interviews with audience representatives	Calculation inaccuracy in the critical state of the enterprise	"Engaged" data may be used. Valuing business assets based only on sales volume is very risky

The method of sociological surveys is the simplest method of assessing business reputation, by which the opinion of a certain target audience (usually consumers or company employees) is learned.

When applying the expert method, business reputation is assessed on the basis of weighted expert assessments.

The rating method is an expert and comprehensive evaluation method, which is compiled by independent organizations (mostly rating agencies). It must be recognized that there is no single correct and universal method among the mentioned methods.

For an enterprise that wants to objectively evaluate its business reputation, it is worth forming a system of parameters to be evaluated using both quantitative and qualitative methods. the value of enterprises and their market price.

The methods laid down in regulatory documents suggest the use of various indicators: in accordance with international and Ukrainian accounting standards, the market value of assets and liabilities is used to calculate goodwill.

Methods of calculating goodwill in accordance with international and Ukrainian accounting standards are given in table. 1.7.

Thus, the values of goodwill obtained as a result of the application of methods established in international and Ukrainian financial reporting standards do not differ, which indicates the unambiguity of the prospects for the application of one or another method.

Table 1.7.

Methods of calculating goodwill in accordance with international and Ukrainian accounting standards

Normative document	The formula for calculating goodwill
International Financial Reporting Standard 3 "Business Combinations"	GW - VPP - FVAL , where VPP is the cost of acquiring the enterprise, hryvnias; FVAL - fair value of assets and liabilities, UAH.
Accounting Standard 19 "Unification of Enterprises" (Ukraine)	GW = VPP - FVAL , where VPP is the cost of acquiring the enterprise, hryvnias; FVAL - fair value of assets and liabilities, UAH.

Among the considered methods, in our opinion, there is none that would cover all aspects of the concept of "business reputation of an enterprise". In addition, the results of the evaluation of the company's reputation cannot be abstracted from

the specifics of the company, certain organizational and legal limitations of its activity, chosen strategies and tactics, etc. Thus, the assessment of the company's reputation should be comprehensive, taking into account the quantitative and qualitative characteristics of the assessment.

Conclusions to section 1

Goodwill is the presence of advantages over competitors, which are created over a long period of time by influencing its individual components. The main components of goodwill are property and personal components. The property component contains assets that directly form the reputation of the enterprise, it may be subject to assessment. The personal component has a more conventional nature and is based on the professional skills of the staff and the image of the company.

It is important to note that the system of formation and management of goodwill should be developed according to all its elements in a complex, because each component is a generator of future cash flows, therefore directly affects the increase of the potential of goodwill. At that time, there is a problem in the lack of a universal approach to the valuation of goodwill and its individual elements, which would reflect an accurate value reflection of future cash flows.

So, enterprises can use the income method of property valuation, which is based on the calculation of future excess profit, which will be formed thanks to the influence of business reputation.

Thus, attention should be paid to the evaluation and analysis of goodwill as a synthetic indicator, taking into account the level of influence on its value of each component in order to increase and balance it through the system of the developed marketing, production and social policy of the enterprise.

Goodwill is recognized as an intangible asset when an entity acquires another business. Initially, goodwill is measured as the excess of the cost of the business combination over the acquirer's interest in the net fair value of the identifiable assets, liabilities, and contingent liabilities acquired. Subsequently, goodwill is subject to impairment testing at least annually, and any impairment losses are recognized in the income statement.

CONCLUSIONS

The bachelor's thesis summarizes the theoretical and practical aspects of estimating the value of an enterprise's goodwill, its components, and substantiates the methods for its assessment. It analyzes the main technical and economic indicators and financial condition indicators characterizing the company's goodwill, and identifies strategic opportunities and prospects for innovative development and improvement of the company's business reputation.

The obtained results and conclusions of the study can be summarized as follows:

1. Based on numerous scientific sources, the theoretical and methodical principles of enterprise goodwill have been summarized. Goodwill is identified as a formalized perception of an organization's characteristics, advantages, and disadvantages in the business environment that encourages customers to use its products and can bring profit. This ability of business reputation to influence financial indicators is embodied in the concept of "goodwill" — the monetary value of reputation as an intangible asset.

2. From accounting point of view, Goodwill is recognized as an intangible asset when an entity acquires another business. Initially, goodwill is measured as the excess of the cost of the business combination over the acquirer's interest in the net fair value of the identifiable assets, liabilities, and contingent liabilities acquired. Subsequently, goodwill is subject to impairment testing at least annually, and any impairment losses are recognized in the income statement.

3. Evaluating goodwill is crucial for the normal functioning of an enterprise in modern conditions. Timely diagnostics and evaluation of goodwill serve as independent and effective criteria for financial stability. Goodwill evaluation helps in calculating the company's capitalization and economic added value. Negative goodwill values can indicate potential threats like bankruptcy or hostile takeovers. Scientific approaches to goodwill evaluation are divided into two groups: quantitative and qualitative. Quantitative methods include cost,

comparative, and income approaches, while qualitative methods include rating, sociological surveys, recommendations, expert opinions, and statistical methods.

4. Goodwill is considered a functional component of the enterprise's business reputation, comprising factors that enable excess profit. These factors include the enterprise's location, its clientele, and the qualifications of its managers. These elements are typically considered when determining the selling price.

5. The analysis shows that LLC "TSK-85" is primarily engaged in international freight transportation. Key criteria for the enterprise's activity include service quality, respect for client expectations, and social responsibility. The analysis of the main financial indicators reveals that the enterprise performed more efficiently in 2023 compared to the base year of 2022. However, some components have a minimal impact on enhancing the overall business reputation. Future efforts should focus on these components to improve the enterprise's performance. To enhance TSK-85 LLC's business reputation, it is suggested to monitor the transport industry's development issues and respond quickly to competitive environment challenges.

6. To increase the company's goodwill, it is recommended to enhance the marketing component. Specifically, attention should be given to promoting the company's trademark and brand. Suggested advertising methods for TSK-85 LLC include billboards, promotions in local stores, local television advertising, magazine and newspaper ads, website promotion, and advertising on information portals.

Thus, further development and implementation of recommendations for improving the methodology for estimating the value of goodwill will enhance the analytical accuracy and reliability of data for modern enterprises and improve the efficiency of managing the investment process in contemporary business conditions.

KÖVETKEZTETÉSEK

Az alapidolgozat összefoglalja a vállalati goodwill értékbecslésének elméleti és gyakorlati szempontjait, összetevőit, és alátámasztja értékelésének módszereit. Elemzi a vállalat jóindulatát jellemző főbb műszaki-gazdasági és pénzügyi állapotmutatókat, meghatározza a stratégiai lehetőségeket és kilátásokat az innovatív fejlesztésre és a vállalat üzleti hírnevének javítására.

A tanulmány eredményei és következtetései a következőkben foglalhatók össze:

1. Számos tudományos forrás alapján összefoglaltuk a vállalati goodwill elméleti és módszertani alapelveit. A goodwill a szervezet jellemzőinek, előnyeinek és hátrányainak formalizált felfogása az üzleti környezetben, amely termékeinek használatára ösztönzi az ügyfeleket, és nyereséget hozhat. Az üzleti hírnévnek a pénzügyi mutatókat befolyásoló képessége a „goodwill” fogalmában testesül meg – a hírnév mint immateriális eszköz pénzügyi értéke.

2. Számviteli szempontból a goodwillt immateriális eszközként jelenítik meg, amikor a gazdálkodó egység másik üzletet vásárol. A goodwill kezdetben az üzleti kombináció bekerülési értékének a felvásárlónak a megszerzett azonosítható eszközök, kötelezettségek és függő kötelezettségek nettó való értékében fennálló részesedésének többlete. Ezt követően a goodwillt legalább évente értékvesztési tesztnek vetik alá, és az értékvesztés miatti veszteséget az eredménykimutatásban számolják el.

3. A goodwill értékelése döntő fontosságú a vállalat normális működéséhez modern körülmények között. A goodwill időben történő diagnosztizálása és értékelése a pénzügyi stabilitás független és hatékony kritériumaként szolgál. A goodwill értékelése segít a vállalat kapitalizációjának és gazdasági hozzáadott értékének kiszámításában. A negatív goodwill értékek potenciális fenyegetésekre, például csődre vagy ellenséges felvásárlásokra utalhatnak. A goodwill értékelésének tudományos megközelítései két csoportra oszthatók: mennyiségi és minőségi. A kvantitatív módszerek közé tartozik a költség-, az összehasonlító- és a jövedelem-

megközelítés, míg a kvalitatív módszerek közé tartozik a minősítés, a szociológiai felmérések, az ajánlások, a szakértői vélemények és a statisztikai módszerek.

4. A goodwill a vállalat üzleti hírnevének funkcionális összetevője, amely olyan tényezőket foglal magában, amelyek lehetővé teszik a többletnyereséget. E tényezők közé tartozik a vállalkozás elhelyezkedése, ügyfélköre és vezetőinek képzettsége. Ezeket az elemeket jellemzően figyelembe veszik az eladási ár meghatározásakor.

5. Az elemzés azt mutatja, hogy a "TSK-85" LLC elsősorban nemzetközi áru fuvarozással foglalkozik. A vállalkozás tevékenységének kulcsfontosságú kritériumai közé tartozik a szolgáltatás minősége, az ügyfelek elvárásainak tiszteletben tartása és a társadalmi felelősségvállalás. A főbb pénzügyi mutatók elemzése azt mutatja, hogy a vállalkozás 2023-ban hatékonyabban teljesített a 2022-es bázisához képest. Egyes összetevők azonban minimális hatással vannak az általános üzleti hírnév javítására. A jövőbeni erőfeszítéseknek ezekre az összetevőkre kell összpontosítaniuk a vállalat teljesítményének javítása érdekében. A TSK-85 LLC üzleti hírnevének növelése érdekében javasolt a közlekedési ágazat fejlesztési problémáinak nyomon követése és a versenykörnyezet kihívásaira való gyors reagálás.

6. A vállalat jóindulatának növelése érdekében javasolt a marketing komponens fejlesztése. Konkrétan figyelmet kell fordítani a vállalat védjegyének és márkájának népszerűsítésére. A TSK-85 LLC számára javasolt hirdetési módszerek közé tartoznak az óriásplakátok, a helyi üzletekben történő promóciók, a helyi televíziós hirdetések, a folyóirat- és újsághirdetések, a webhelyek promóciója és az információs portálokon történő hirdetés.

Így a goodwill értébecslési módszertanának javítására vonatkozó ajánlások továbbfejlesztése és megvalósítása javítja a modern vállalkozások adatainak analitikai pontosságát és megbízhatóságát, valamint javítja a befektetési folyamatok menedzselésének hatékonyságát a mai üzleti feltételek mellett.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі узагальнено теоретичні та практичні аспекти оцінки вартості гудвілу підприємства, його складових та обґрунтовано методикау його оцінки. Проаналізовано основні техніко-економічні показники та показники фінансового стану, що характеризують гудвіл компанії, визначено стратегічні можливості та перспективи інноваційного розвитку та підвищення ділової репутації компанії.

Отримані результати та висновки дослідження можна підсумувати таким чином:

1. На основі численних наукових джерел узагальнено теоретико-методичні основи гудвілу підприємства. Гудвіл визначається як формалізоване сприйняття характеристик, переваг і недоліків організації в бізнес-середовищі, яке заохочує клієнтів використовувати її продукти і може приносити прибуток. Ця здатність ділової репутації впливати на фінансові показники втілена в понятті «гудвіл» — грошова оцінка репутації як нематеріального активу.

2. З точки зору бухгалтерського обліку, гудвіл визнається як нематеріальний актив, коли суб'єкт господарювання придбає інший бізнес. Спочатку гудвіл оцінюється як перевищення вартості об'єднання бізнесу над часткою покупця в чистій справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і умовних зобов'язань. Згодом гудвіл підлягає перевірці на знецінення принаймні раз на рік, а будь-які збитки від знецінення визнаються у звіті про фінансові результати.

3. Оцінка гудвілу має вирішальне значення для нормального функціонування підприємства в сучасних умовах. Своєчасна діагностика та оцінка гудвілу є незалежними та ефективними критеріями фінансової стійкості. Оцінка гудвілу допомагає розрахувати капіталізацію компанії та економічну додану вартість. Негативні значення гудвілу можуть вказувати на потенційні загрози, такі як банкрутство або вороже поглинання. Наукові підходи до оцінки гудвілу поділяються на дві групи: кількісні та якісні. До

кількісних методів належать витратний, порівняльний і дохідний підходи, до якісних — рейтингові, соціологічні опитування, рекомендації, висновки експертів, статистичні методи.

4. Гудвіл розглядається як функціональна складова ділової репутації підприємства, яка містить чинники, що забезпечують отримання надприбутку. До цих факторів відносяться місце розташування підприємства, його клієнтура, кваліфікація його менеджерів. Ці елементи зазвичай враховуються при визначенні ціни продажу.

5. Аналіз показує, що ТОВ «ТСК-85» в основному займається міжнародними вантажними перевезеннями. Основними критеріями діяльності підприємства є якість обслуговування, повага до очікувань клієнта та соціальна відповідальність. Аналіз основних фінансових показників показує, що підприємство у 2023 році спрацювало більш ефективно порівняно з базовим 2022 роком. Проте окремі складові мінімально впливають на підвищення загальної ділової репутації. Майбутні зусилля мають бути зосереджені на цих компонентах, щоб покращити ефективність підприємства. Для підвищення ділової репутації ТОВ «ТСК-85» пропонується проводити моніторинг проблем розвитку транспортної галузі та оперативно реагувати на виклики конкурентного середовища.

6. Для підвищення гудвілу компанії рекомендується посилити маркетингову складову. Зокрема, слід приділити увагу просуванню торгової марки та бренду компанії. Пропоновані способи реклами для ТОВ «ТСК-85» включають рекламні щити, рекламні акції в місцевих магазинах, рекламу на місцевому телебаченні, рекламу в журналах і газетах, просування на сайті, рекламу на інформаційних порталах.

Таким чином, подальша розробка та впровадження рекомендацій щодо вдосконалення методології оцінки вартості гудвілу дозволить підвищити аналітичну точність і достовірність даних для сучасних підприємств та підвищити ефективність управління інвестиційним процесом у сучасних умовах господарювання.

Список використаних джерел / References

1. Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку. Донецьк, 2007. 348 с.
2. Бомжо В.П. Кількісна оцінка ділової репутації підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2009. № 5. с. 15-17.
3. Бондар М. І. Визнання гудвілу при придбанні підприємства з метою його відображення в обліку. *Формування ринкової економіки: наук. зб. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; відп. ред. О. О. Беляєв*. 2010. Вип. 24. С. 528–536.
4. Брихаров Є.І. Актуальність питання оцінки гудвіла підприємств в Україні. *Управління розвитком*. 2012. №10. С. 166-168.
5. Валентина Гаташ. Багатоликий гудвіл. «Дзеркало тижня» №39, 07 жовтня 2000. URL: http://dt.ua/SCIENCE/bagatolikiy_gudvil-22104.html/
6. Волинець Л.О. Гудвіл як категорія бухгалтерського обліку. *Експрес-аналіз законодавчих і нормативних актів*. 2020. №9-10.
7. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування і оцінювання : навч. пос. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 224 с.
8. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства Економічна природа, проблеми оцінки та обліку. URL: http://tm-logos.com.ua/stattia_2.html
9. Галянтич М.К., Коваленко Г.О. Честь, гідність і ділова репутація. Цивільноправові проблеми захисту немайнових прав. *Закон і бізнес*. 2020. № 20 (442). С. 10.
10. Городянська Л. В. Гудвіл та відтворювані інтелектуальні ресурси. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. №5. С. 42-49.
11. Господарський кодекс України: Кодекс України від 01 січня 2004 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

12. Гоц Л. Методики визначення вартості гудвілу. Збірник наукових праць "Вісник НТУ "ХПІ" : Технічний прогрес та ефективність виробництва. - №6. 2012. с. 180 – 189.

13. Гоц Л.М. Організаційно-економічний механізм оцінки ділової репутації промислового підприємства: автореф. дис. на здоб. наук. ст. к. е. н.: 08.00.04. Маріупіль: ДВНЗ ПДТУ. 2010. 23 с.

14. Грачова Р. Інвестиції та капітал. *Дебет-Кредит*. К.: Галицькі контракти, 2001. 130 с.

15. Гребешкова О. М. Ділова репутація як стратегічний актив компанії. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2007. № 1-2. С. 493-502.

16. Гудвіл Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/ry^Vm>.

17. Диба В. М. Теоретико-методичні підходи до обліку чинників внутрішнього гудвілу. Вчені записки : зб. наук. праць. К. : КНЕУ, 2020. № 15. С. 126–134.

18. Дмитрук Є.В. Методи оцінки репутації підприємства. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*: зб. наук. пр. 2018. № 20. С. 45-56.

19. Дмитрук Є.В. Причини та наслідки впливу репутації підприємства на його економічну безпеку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 4. Т. 2. С. 220–225.

20. Завідняк О. В. Фактори, що впливають на вартість гудвілу. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2020. Вип. 9(2). С. 126-130.

21. Кармазін В. Аналіз можливості використання збалансованої системи показників у менеджменті збиткових підприємств гірничо-металургійного комплексу України. *Економічний вісник НГУ*. 2015. № 1. С. 90.

22. Касич А. О. Теоретичні та методичні основи оцінки та обліку гудвілу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія : Економіка. 2015. Вип. 1(2). С. 28-32.

23. Кияшко О. Оцінка гудвілу. URL: http://tmlogos.com.ua/ru/poslugi/ocinka_gudvilu.html
24. Козаченко Г.В. Управління затратами підприємства : моногр. К. : Лібра, 2017. 319 с.
25. Корчемлюк А.І., Литвинчук І.Л., Циганенко Г.В. Гудвіл корпоративних підприємств: монографія. Житомир, 2013. 160 с.
26. Кошевець В. В. Теоретико-методологічні підходи до аналізу структури гудвілу підприємства. *Механізм регулювання економіки*, 2013, № 3. С.140-146.
27. Кошевець В. В. Формування понятійно-категоріального апарату системи управління гудвілом підприємства. *Вісник Сумського державного університету*. Сер. : Економіка. 2012. № 4. С. 102-106.
28. Куцик В.І. Особливості формування активів торговельного підприємства в сучасних умовах. *Вісник НЛТУ*. В. 18. 2008. С. 169-172.
29. Легенчук С. Ф. Бухгалтерське відображення інтелектуального капіталу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 / С. Ф. Легенчук; Нац. аграр. ун-т. К., 2006. 21 с.
30. Мазурок П. П. Інституціональні зміни в розвитку людського капіталу як чинника економічного зростання. Вчені записки : наук. збір. / відп. ред. А. Ф. Павленко. К. : КНЕУ, 2005. Вип. 7. 212 с.
31. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 376 с.
32. Міжнародні рейтинги ведення бізнесу та конкурентоспроможності економіки: за даними Української асоціації інвестицій. URL: www.uaib.com.ua
33. Міжнародні стандарти фінансової звітності. URL: <http://pro-u4ot.info>.
34. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології. Х.: Фактор, 2007. 224 с.
35. Наказ Фонду Державного майна України “Про затвердження Інструкції розрахунку прогнозової вартості об’єктів приватизації” N 2257 від

20.12.2002

36. Основні показники прямого інвестування в Україні за 2021 рік: за даними Державного агентства з інвестицій та інновацій України. Режим доступу до даних : www.in.gov.ua

37. Панасовський Ю.В. Оцінка активів підприємства : навч. посіб. Суми : Унів. кн., 2009. 512 с.

38. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. К.: Лібра, 2002. 471 с.

39. Податковий Кодекс України: Кодекс України прийнятий Верховною Радою України від 02.12.2013 № 2755-VI. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

40. Подольна В. Концептуальні основи гудвілу як нематеріального активу підприємства. *Сталий розвиток економіки*. № 6. 2011. С. 207-211.

41. Подольна В.В. Формування позитивного гудвілу на малих підприємствах: автореф. дис. на здоб. наук. ст. к. е. н.: 08.00.04. К.: КНУТД. 2009. 17 с.

42. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 "Об'єднання підприємств". URL: www.rada.gov.ua

43. Попова А. А. Особливості визнання, оцінки та обліку гудвілу. Проблеми та перспективи економіки і управління. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 13-14 грудня 2013 року). Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. с. 88-90.

44. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

45. Просвіріна І. І. Категорія гудвілу в практиці обліку і оцінки. *Фінансовий менеджмент*. №1. 2006. С. 60-73.

46. Прушківська Е. В. Походження, сутність і розвиток людського капіталу в умовах сучасних ринкових перетворень. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 1 (79). С. 196–202.

47. Ридзевська О. В. Поняття гудвілу та характеристика його складових. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 22(2). С. 349-352

48. Риковська І.В. Історичний аспект та сутність гудвілу. URL: <http://www.nbuu.gov.ua/>.

49. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій. К.: Либідь, 2005. 720 с.

50. Родіонов О.В. Вплив ділової репутації підприємства на його розвиток. URL: <http://archive.nbuu.gov.ua/>

51. Романенко О. В. Методичне забезпечення аналізу використання нематеріальних активів підприємства. *Облік і фінанси*. 2019. № 4. С. 21-24.

52. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу. *Фінанси, облік і аудит* : зб. наук. праць / ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана" ; відп. ред. А. М. Мороз. К.: КНЕУ, 2009. Вип. № 14. С. 291-298.

53. Сінько Г. С. Аналіз та оцінка ділової репутації підприємств машинобудівної галузі. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2009. № 4. С. 5–14.

54. Солодченко І. Загадка гудвілу. *Бухгалтерія*. 2021. №12 (427). С.56-61

55. Сучасні підходи до відображення в обліку гудвілу. URL: http://www.rusnauka.com/9_EISN_2007/Economics/21548.doc.htm/.

56. Сучасні тенденції розвитку обліку, контролю й аналізу нематеріальних активів: [монографія] / за заг. ред. Ф. Журавки. Суми: Ярославна, 2015. 208 с.

57. Товма О. А. Оцінка ділової репутації торговельного підприємства як об'єкта управління. *Бізнес-інформ*. № 5. 2021. с. 418-422.

58. Травін В. В. Особливості організації бухгалтерського обліку внутрішнього гудвілу як прояву соціального капіталу на мікроекономічному

рівні. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки*. Житомир : ЖДТУ, 2010. № 2 (52). С. 192–199.

59. Тютлікова В.В. Особливості обліку та оцінки гудвілу підприємства в умовах продажу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економіка*. Випуск 8. Частина 1. 2021. С.196-199.

60. Уманців Г. В. Облік гудвілу при придбанні підприємства. *Дебет-Кредит*. 2019. № 14. С. 50-53.

61. Уманців Г. Внутрішній гудвіл підприємства: економічна природа, проблеми оцінки та обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2016. № 9. С. 20-23.

62. Федулова Л. І. Методичні аспекти оцінки інтелектуального капіталу компаній. *Проблеми науки*. 2016. №9. С. 17-20.

63. Хортюк О.В. Співвідношення понять "ділова репутація", "гудвіл", "імідж", "престиж", "реноме". *Часопис Київського університету права*. 2010. №4. С. 211-214.

64. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435IV URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/43515>

65. Чеботарьов В. Роль оцінки об'єктів інтелектуальної власності при їх комерціалізації. *Інтелектуальна власність*. 2017. №8. С.31-34.

66. Черних, О.В.. Сутність та оцінка гудвілу як нематеріального активу підприємства. *Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку*. 2012. № 5. С.195-203.

67. Швіндіна, Г.О. Ділова репутація як показник ефективності функціонування організації. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2011. № 2. С. 75-79.

68. Best global brands 2007. 2007. 4 (23). С. 28-34.

69. Business Valuation Update Yearbook, 2024 Edition. Retrieved from <https://www.bvresources.com/products/business-valuation-update-yearbook-2024-edition>

70. BVS (Business Valuation Standards) – Стандарти з оцінки бізнесу.

71. Hall R. The strategic analysis of intangible resources / Richard Hall // Strategic Management Journal: Vol. 13, 1992.-p. 135-144.

72. Kwon S.H., Wang I.G. (2022). Market Responses to Private and Public Targets: The Role of Goodwill Valuation. Retrieved from: <https://doi.org/10.1111/ajfs.12388>

73. 2024 Deals Outlook and Valuation Trends. Retrieved from <https://www.valuationresearch.com/reports/2024-deals-outlook-and-valuation-trends>

ABSTRACT

Yankee T.S. Valuation of the goodwill of a business entity. Bachelor's qualifying thesis on specialty 071 - Accounting and Taxation (07 - Management and Administration). – Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, 2024.

The qualification thesis is devoted to the study of theoretical and practical aspects of assessing the goodwill of a business entity in modern conditions and possible ways of its improvement.

The essence and main approaches to the definition of goodwill are highlighted, the method of its evaluation is given, and goodwill is characterized as a functional component of the business reputation of the enterprise. The peculiarities of identification and recognition of goodwill as an object of assessment in the accounting system are considered. Differences in the features of recognition and further evaluation of goodwill according to national and international standards are revealed.

On the example of the investigated enterprise “TSK-85” LLC, business reputation was evaluated as an element of goodwill according to the main indicators of financial condition; goodwill was assessed and strategic opportunities and prospects for innovative development in terms of increasing the company's business reputation were determined.

The conceptual principles of the formation of the mechanism for improving the business reputation (goodwill) of the enterprise are determined, and ways of improving the work efficiency and business reputation of TSK-85 LLC are proposed, in particular through the promotion of the enterprise brand.

Keywords: goodwill, business reputation, intangible asset, business entity, quantitative and qualitative methods of goodwill assessment.

ABSZTRAKT

Jánki Tünde. A gazdálkodó szervezet goodwilljének értékelése. Bachelor minősítő munka 071 - Számvitel és adózás (07 - Menedzsment és adminisztráció) szakon. – II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász, 2024.

A szakdolgozat a gazdálkodó egység goodwilljének modern körülmények között történő értékelésének elméleti és gyakorlati szempontjainak tanulmányozására és javításának lehetséges módjaira irányul.

Kiemeli a goodwill definíciójának lényegét és főbb megközelítéseit, megadja értékelésének módszerét, és jellemzi a goodwillt, mint a vállalkozás üzleti hírnevének funkcionális összetevőjét. Figyelembe veszik a goodwill számviteli rendszerben értékelési tárgyként történő azonosításának és elismerésének sajátosságait. Feltárulnak a goodwill nemzeti és nemzetközi szabványok szerinti elismerésének és további értékelésének jellemzőiben mutatkozó különbségek.

A vizsgáltuk „TSK-85” Kft. vállalkozás példáján az üzleti hírnevet a goodwill elemeként értékeltük a pénzügyi helyzet főbb mutatói alapján. Továbbá felmértük a goodwillt, és meghatároztuk az innovatív fejlesztés stratégiai lehetőségeit és kilátásait a vállalat üzleti hírnevének növelése szempontjából.

Meghatározásra kerültek a vállalkozás üzleti hírnevét (goodwill) javító mechanizmus kialakításának alapelvei, és javaslatokat tesz a munka a „TSK-85” Kft. munkahatékonyságának és üzleti hírnevének javításra vonatkozóan, különösen a vállalati márka népszerűsítésével kapcsolatosan.

Kulcsszavak: goodwill, üzleti hírnév, immateriális javak, gazdálkodó egység, a goodwill felmérésének kvantitatív és minőségi módszerei.

АНОТАЦІЯ

Янкi Т.С. Оцiнка вартостi гудвiлу суб'єкта господарювання.

Квалiфiкацiйна робота бакалавра зi спецiальностi 071 – облiк i оподаткування (07 – управлiння та адмiнiстрування). – Закарпатський угорський iнститут iм. Ференца Ракоцi II, Берегове, 2024.

Квалiфiкацiйна робота присвячена дослiдженню теоретичних та практичних аспектiв оцiнки гудвiлу суб'єкта господарювання в сучасних умовах та можливих шляхiв її вдосконалення.

Висвітлено сутнiсть та основнi пiдходи до визначення гудвiлу, наведено методику його оцiнки та охарактеризовано гудвiл як функцiональну складову дiлової репутацiї пiдприємства. Розглянуто особливостi iдентифiкацiї та визнання гудвiлу як об'єкту оцiнки в системi бухгалтерського облiку. Розкрито вiдмiнностi в особливостях визнання та подальшої оцiнки гудвiлу за нацiональними та мiжнародними стандартами.

На прикладi дослiджуваного пiдприємства ТОВ «ТСК-85» оцiнено дiлову репутацiю як елемент гудвiлу за основними показниками фiнансового стану; проведено оцiнку гудвiлу та визначено стратегiчнi можливостi й перспективи iнновацiйного розвитку в частинi пiдвищення дiлової репутацiї компанiї.

Визначено концептуальнi засади формування механiзму покращення дiлової репутацiї (гудвiлу) пiдприємства, запропоновано шляхи пiдвищення ефективностi роботи та дiлової репутацiї ТОВ «ТСК-85», зокрема за рахунок просування бренду пiдприємства.

Ключовi слова: гудвiл, дiлова репутацiя, нематерiальний актив, суб'єкт господарювання, кiлькiснi та якiснi методи оцiнки гудвiлу.

Звіт про перевірку схожості тексту Oxsico

Назва документа:

Tunde (for UNICHECK).pdf

Ким подано:

Габор Потокі

Дата перевірки:

2024-06-03 11:46:22

Дата звіту:

2024-06-03 12:02:34

Ким перевірено:

I + U + DB + P + DOI

Кількість сторінок:

83

Кількість слів:

23731

Схожість 6%	Збіг: 30 джерела	Вилучено: 0 джерела
Інтернет: 11 джерела	DOI: 0 джерела	База даних: 0 джерела
Перефразовування 1%	Кількість: 29 джерела	Перефразовано: 387 слова
Цитування 2%	Цитування: 11	Всього використано слів: 558
Включення 0%	Кількість: 0 включення	Всього використано слів: 0
Питання 0%	Замінені символи: 0	Інший сценарій: 1 слова