

## АНАЛІЗ, АУДИТ, ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.04.099>

JEL classification: C13, M10, M21  
UDC: 657

### Мар'яна КІРІЯ

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

E-mail: [kiriia.m@donnu.edu.ua](mailto:kiriia.m@donnu.edu.ua)

ORCID ID: 0009-0008-7123-1574

### Олена РАЗБОРСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,

кафедра обліку, аналізу і аудиту,

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

E-mail: [o.rozborska@donnu.edu.ua](mailto:o.rozborska@donnu.edu.ua)

ORCID ID: 0000-0003-4519-0381

## ГУДВІЛ ЯК ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА КАТЕГОРІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

### АНОТАЦІЯ

**Вступ.** Ефективність підприємств залежить від точної оцінки та відображення у бухгалтерському обліку їхніх активів. Значна увага сучасного суспільства приділяється нематеріальним ресурсам, зокрема гудвілу, що є ключовим елементом ділової репутції компаній. Проте існуюча обліково-аналітична система потребує модернізації для врахування всіх аспектів створення вартості. Питання гудвілу привертає увагу бухгалтерів, фінансистів та управлінців, оскільки цей унікальний актив дозволяє компаніям забезпечити конкурентну перевагу в своїй сфері діяльності.

**Мета роботи** полягає в дослідженні напрямів підвищення ефективності та точності обліку нематеріальних активів, що дозволить підприємствам забезпечити достовірну фінансову звітність та врахувати важливі компоненти гудвілу у внутрішньому та зовнішньому середовищі; вивченні ролі гудвілу при оцінці вартості бізнесу на безперервній основі; пошуку шляхів поліпшення обліково-аналітичного забезпечення оцінки та управління діловою репутцією підприємства, пропонуються конкретні зміни в плані рахунків для поліпшення обліку нематеріальних активів, зокрема елементів гудвілу.

**Метод (методологія).** У роботі було використано наукові методи та підходи, зокрема, порівняння для вивчення основних положень МСФЗ та НП(С)БО, аналіз різниці в підходах до обліку гудвілу та нематеріальних активів між цими стандартами; формалізація та узагальнення основних технологічних завдань організації обліку нематеріальних активів для реалізації принципів гудвілу в системі забезпечення безперервності діяльності та підтримання позитивної ділової репутції підприємства.

**Результати.** У ході дослідження було здійснено глибокий аналіз існуючих методів оцінки гудвілу та виявлено їхню обмеженість у врахуванні всіх компонентів цієї важливої категорії активів. У відповідь на це обмеження нами розроблено власний метод, який враховує нематеріальні активи, що не відображаються на балансі підприємства. Запропонована методика включає в себе розрахунок гудвілу як різниці між справедливою вартістю чистих активів та їхньою балансовою вартістю, а також

© Мар'яна Кірія, Олена Разборська, 2023

Отримано: 20.11.2023 р.

Рекомендовано до друку: 01.12.2023 р.

Опубліковано: 06.12.2023 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

### Як цитувати:

Кірія М., Разборська О. Гудвіл як обліково-аналітична категорія забезпечення оцінки та управління діловою репутцією підприємства. *Економічний аналіз*. 2023. Том 33. № 4. С. 99-107. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.04.099>

враховує переоцінену вартість активів та нематеріальні активи, які не відображаються на балансі, такі як ділові зв'язки, особливості діяльності та знання персоналу. Додатковою рекомендацією є модифікація Плану рахунків, щоб врахувати нематеріальні активи, деталізуючи їх на аналітичному рівні. Це може визначити та відобразити важливі елементи гудвілу, які раніше залишались неврахованими у бухгалтерському обліку. Зазначені зміни і покращення враховують необхідність докладного обліку нематеріальних активів та сприяють підвищенню достовірності фінансової звітності, що має велике значення для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та встановлення довіри між зацікавленими сторонами.

**Ключові слова:** гудвіл; нематеріальні активи; бухгалтерський облік; аналіз; обліково-аналітичне забезпечення; ділова репутація; постіндустріальна економіка; фінансовий менеджмент; управління; оцінка; корпоративні звіти.

### Вступ

Ефективність підприємств визначається вдалою оцінкою та відображенням у бухгалтерському обліку всіх активів. В умовах розвитку сучасного суспільства особлива увага приділяється нематеріальним ресурсам, які визначають корпоративні прибутки та позицію на ринку. Один із ключових чинників, гудвіл, є виразом ділової репутації компанії. Однак обліково-аналітична система, що існує в даний момент, не враховує нематеріальні фактори створення вартості. Це стає причиною потреби удосконалення системи для адаптації до постіндустріальної економіки та забезпечення інформацією про нематеріальні активи [1].

Значна частина дослідників акцентує увагу на проблемі невідображення вартості внутрішньоствореного гудвілу в обліку українських підприємств, що не відповідає вимогам сучасного бізнесу. Висновки, зроблені на основі досвіду міжнародних корпорацій та результатів численних наукових досліджень, свідчать, що підприємства, у яких частка гудвілу та нематеріальних активів у загальній балансовій вартості активів найвища, є найбільш прибутковими. У контексті нинішніх умов недостатньо консервативної інформації про діяльність підприємства в річній фінансовій звітності для потенційних інвесторів. Таким чином, вчені, такі як Є. І. Брихаров, В. М. Діба, О. Є. Васильківська, Ю. А. Верига, О. В. Коба, Р. Н. Нургалієва, М. Л. Пятов, О. В. Ридзевська, С. В. Сагова, В. В. Травін, О. В. Черних та інші, рекомендують включати інформацію про внутрішньостворений гудвіл в систему обліку та звітності з метою задоволення потреб користувачів та привертання додаткових

інвестицій для розвитку перспективних галузей.

Питанням гудвілу як нематеріального активу підприємства активно цікавляться бухгалтери, фінансові менеджери та управлінці. Основні аспекти, які вивчаються у дослідженні, включають визначення гудвілу, його визнання та оцінку, відображення в корпоративних звітах, а також вплив на рішення та управління. Гудвіл, як специфічний актив, характеризується важкою ідентифікацією та точною оцінкою, що надає компаніям перевагу отримання надзвичайного прибутку у сфері діяльності.

### Мета статті

Метою даної статті є дослідження сутності гудвілу як обліково-аналітичної категорії в системі забезпечення безперервності діяльності; поліпшення ефективності та точності бухгалтерського обліку нематеріальних активів, що сприятиме наданню підприємствам можливості забезпечити достовірну фінансову звітність, а також врахувати ключові компоненти гудвілу у їхньому внутрішньому та зовнішньому середовищі; доведено значимість ролі гудвілу при оцінці вартості підприємства та запропоновано конкретні зміни у плані рахунків для поліпшення обліку гудвілу в структурі елементів нематеріальних активів для підвищення ділової репутації.

### Виклад основного матеріалу дослідження

Для досягнення цілей дослідження, перш за все, необхідно зрозуміти природу поняття «гудвіл». Сьогодні в науковій літературі та нормативних актах не існує єдиного визначення поняття. У таблиці порівнюються

тлумачення природи гудвілу з різних джерел (табл. 1).

Аналіз тлумачень показав, що більшість вчених схиляються до думки, що гудвіл є формою нематеріального активу, яка виникає внаслідок перевищення вартості придбання підприємства над загальною вартістю його активів на момент продажу. Гудвіл включає в себе різноманітні переваги, такі як ділова репутація, управлінські якості, домінуюча позиція на ринку, нові технології та інші, які приносять економічну цінність та сприяють зростанню вартості підприємства.

Необхідно відзначити, що різниці в інтерпретації деяких термінів, зокрема «гудвіл», між вітчизняним та міжнародним

законодавством обумовлені тим, що чинна редакція НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» виникла на основі МСБО 22, який був анульований та замінений МСФЗ 3 у 2012 році [4].

Дані таблиці 2 вказують на те, що тлумачення, представлені у стандартах, не суперечать одне одному, але висвітлюють сутність гудвілу з різних точок зору:

- МСФЗ розглядає гудвіл як бухгалтерський актив, зосереджуючи увагу на специфічних джерелах економічних вигід, які він представляє;
- НП(С)БО надає методику розрахунку вартості гудвілу, відокремлюючись від його бухгалтерських аспектів.

**Таблиця 1. Тлумачення поняття «гудвіл» у різних наукових джерелах**

Джерело	Визначення поняття «гудвіл»
НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [2]	Гудвіл – це перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання.
Податковий кодекс України (ст. 14.1.40) [3]	Гудвіл (вартість ділової репутації) – це нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо.
Сагова С. В. [4]	Гудвіл – це позитивна чи негативна різниця між вартістю придбання підприємства в цілому і сукупною вартістю його чистих активів, кожен з яких на дату придбання оцінено за справедливою вартістю.
Ридзевська А. В., Сало О. В. [5]	Гудвіл – елемент, що втілює у собі нематеріальні складові, цінність яких для підприємства дуже велика, незважаючи на те, що вони не визнаються активами в бухгалтерському обліку.
Швіндіна Г. О., Кошевець В. В. [6]	Гудвіл – перевага, яку отримує компанія від комплексного управління емоційною привабливістю, якістю продукції, відносинами з партнерами, репутацією керівництва, фінансовими показниками, соціальною відповідальністю та яка є джерелом зростання її акціонерної вартості.
Кошевець В. В. [7]	Гудвіл – це вартість, яка формується в результаті комплексного управління емоційною привабливістю, якістю продукції, відносинами з партнерами, репутацією керівництва, фінансовими показниками, соціальною відповідальністю, що є джерелом зростання вартості компанії.

Джерело: складено на основі [2; 3; 4; 5; 6; 7].

**Таблиця 2. Тлумачення категорії «гудвіл» в бухгалтерських нормативних актах**

Джерело	Тлумачення
НП(С)БО 19 [2]	Перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання (п. 4)
МСФЗ 3 [3]	Актив, який втілює у собі майбутні економічні вигоди, що виникають від інших активів, придбаних в об'єднанні бізнесу, які неможливо індивідуально ідентифікувати та окремо визнати

Джерело: складено на основі [2; 3].

Наприклад, якщо нематеріальний актив, отриманий внаслідок об'єднання підприємств, має обмежений термін корисного

використання, то визначення його справедливої вартості повинно бути об'єктивно оцінено. Це положення, викладене

в міжнародних стандартах, відображає сучасний підхід МСБО до класифікації та розмежування гудвілу та нематеріальних активів.

Таким чином, відсутність повноцінного регулювання процесу оцінки нематеріальних активів, отриманих внаслідок об'єднання підприємств у НП(С)БО 8, є важливим недоліком національних стандартів, оскільки цей аспект обліку характеризується специфічними рисами, які визначені в МСБО 38. З метою гармонізації вітчизняної та міжнародної облікової практики пропонується розробити новий варіант НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» на основі МСФЗ 3 станом на 1 січня 2012 року, а також

доповнити НП(С)БО 8 окремим розділом, що визначатиме особливості визнання та оцінки вартості нематеріальних активів, отриманих під час об'єднання підприємств, зокрема, незавершених НДДКР, на зразок МСБО 38.

Отож, оскільки чітке визначення поняття гудвілу відсутнє, необхідно провести докладне дослідження цієї категорії, розглядаючи всі пов'язані з нею аспекти, включаючи різні підходи до оцінки цього нематеріального активу. Поняття «гудвіл» охоплює різні сфери, такі як право, економіка та бухгалтерський облік, що сформувало відповідні підходи для його трактування в інтегрованому суспільстві (рис. 1).



Рис. 1. Інтегрований понятійно-категорійний апарат гудвілу

Джерело: складено на основі [8; 9; 10].

У зв'язку з цим фахівці з юридичних, економічних і бухгалтерських питань використовують власні терміни і концепції. За цих умов виникають значні труднощі у повному розумінні концепції, яка має одночасно три різні аспекти застосування:

- у бухгалтерському обліку (йдеться про визначення вартості гудвілу та його реєстрацію на бухгалтерських рахунках після бізнес-операцій для подальшого обліку);
- в оцінці бізнесу (розглядається вартість гудвілу, оцінена професійними експертами, для визначення ринкової

вартості бізнесу та можливостей отримання надприбутків після угоди купівлі-продажу);

- у цивільно-правовій сфері (охоплює сприйняття гудвілу як бізнесу безпосередньо замовниками, клієнтами та суспільством в цілому. Тут враховуються всі елементи гудвілу, такі як місцезнаходження підприємства, особисті та професійні якості персоналу, наявність потенційних зв'язків і можливостей бізнесу, володіння виключними правами, наявність ноу-хау, секретів виробництва та інших аспектів, а також можливість

використовувати ці елементи у різних цивільно-правових угодах) [9].

Необхідно відзначити, що у багатьох випадках поняття «гудвіл» сприймається як синонім «ділової репутації». Наприклад, в Податковому кодексі України вказується, що гудвіл є вартістю ділової репутації. Однак дослідження В. В. Кошевця вказує на те, що гудвіл і ділова репутація мають крім спільних аспектів також свої відмінності. Зокрема, за словами В. В. Кошевця, гудвіл та ділова репутація відрізняються за методами оцінки. Гудвіл представляє собою дисконтовану вартість очікуваних майбутніх доходів, є складовою поточної вартості компанії, і тому для його оцінки використовуються вартісні методи. З іншого боку, ділова репутація не має чіткої вартості, і для її оцінки застосовуються експертні методи. При цьому гудвіл є нематеріальним активом, що формується під час управління діловою репутацією [8].

Важливо відзначити, що гудвіл є частиною вартості підприємства, яку продавець отримує за успішне управління компанією, відмовляючись від деякої частки надприбутку на користь покупця. З цього випливає, що акціонери із контрольним пакетом акцій мають інтерес до ефективного управління підприємством. Однак, оцінка ролі гудвілу у вартості бізнесу і його неоднозначна реалізація у відтворювальному процесі призводять до неясностей щодо суті цієї категорії. Аналіз угоди купівлі-продажу бізнесу, де гудвіл визначений як елемент вартості, виявляє наявність створеного гудвілу як передумови операції. Однак фактори, що призвели до виникнення гудвілу, залишаються невизначеними.

З огляду на те, що не всі компоненти внутрішнього гудвілу можуть бути класифіковані як активи, можна виділити методологію оцінювання людського капіталу, яку можна класифікувати за функціональними та економічними характеристиками. У процесі оцінки гудвілу підприємства важливо звертати увагу на такі аспекти, як бухгалтерський облік, відповідність міжнародним стандартам фінансової звітності, а також ефективне управління та фінансовий менеджмент.

Методи бухгалтерського обліку включають в себе врахування результатів подій, експертну

оцінку, метод додаткового прибутку, метод перевищення купівельної ціни над ринковою. Методи міжнародної фінансової звітності базуються на оцінці за фактичною вартістю з подальшим тестуванням гудвілу на можливі втрати знецінення. Методи управління використовують інструментарій соціологічних опитувань та експертизи. Фінансовий менеджмент використовує широкий спектр методів оцінювання, таких як альтернативний метод, метод оцінки вартості торгівельної марки, показники ділової активності, залишковий метод, метод надлишкового прибутку, оцінка за обсягами реалізації, біноміальний метод, кваліметричний метод, статистичний, та коефіцієнт Д. Тобіна [10]. Ці методи використовують фінансові показники, що мають кількісне вираження та відображають тенденції розвитку, залежності й закономірності.

Відповідно до МСФЗ та НП(С)БО, бухгалтерський метод оцінки гудвілу визначає його вартість як різницю між вартістю придбання підприємства та справедливою вартістю його активів. Позитивне значення розглядається як вартісний вираз гудвілу [2; 3]. Проте, уточнення визначень призвело до відзначення внутрішнього / внутрішньоствореного та придбаного гудвілу, враховуючи різні характеристики цих видів. Міжнародні стандарти розрізняють гудвіл як персональний і передаваний. Внутрішній (персональний) гудвіл зумовлений факторами, такими як політика амортизації, форма оподаткування, витрати на залучення коштів і формується у вигляді прибутку, що перевищує ринкові очікування. З свого боку, придбаний гудвіл визначається репутацією бізнесу, лояльністю клієнтів, характеристиками продукції та місцем надання послуг, утворюючи економічні вигоди для конкретного підприємства. Ці фактори можна ідентифікувати як елементи впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. Згідно з ринковим капіталом А. Мертенса [11], ефективні капіталовкладення вважаються тими, що приносять значний прибуток, що перевищує ринкові очікування. У цьому випадку різниця між загальною вартістю активів підприємства і прибутком, який вони

приносять, складає гудвіл чи вартість репутації його бізнесу, або відому нам додану вартість.

Отже, сьогодні не існує універсального методу визначення вартості нематеріальних активів і тому науковці, що досліджують це питання, розробили кілька методів для оцінки внутрішньо створеного гудвілу (табл. 3).

Вищезазначені методи оцінки гудвілу, головним чином, орієнтовані на інвесторів і не

здатні виокремити та оцінити кожен компонент гудвілу. Це є необхідним для визначення їх наявності та визначення впливу на фінансові результати підприємства. Саме тому пропонуємо власний метод розрахунку гудвілу:

*Гудвіл = Справедлива вартість чистих активів – Балансова вартість чистих активів + Переоцінена вартість активів + Нематеріальні активи, що не відображаються на балансі*

Зауважимо, що «нематеріальні активи, що не відображаються на балансі», включають ділові зв'язки підприємства, особливості діяльності, знання, здібності та цінності персоналу.

Для поліпшення обліку нематеріальних активів, пропонується модифікувати План рахунків, дозволяючи відображати їх на рахунках бухгалтерського обліку. Запропоновані зміни включають перейменування рахунку 19 на «Гудвіл та його складові» і розширення його аналітичного розділу. Зокрема, рахунок 194 «Елементи гудвілу» розділено на аналітичні рахунки: 194.1 «Ділові зв'язки підприємства», 194.2 «Особливості діяльності підприємства» та 194.3 «Знання, здібності та цінності персоналу». Ці рахунки пропонується кореспондувати з рахунком 42 «Додатковий капітал». Впровадження цих аналітичних рахунків дозволить деталізувати інформацію про важливі елементи гудвілу, що раніше не відображались у бухгалтерському обліку.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень**

На основі аналізу сучасних підходів до обліку гудвілу та нематеріальних активів виявлено важливі відмінності між міжнародними та національними стандартами

бухгалтерського обліку. Питання оцінки внутрішнього гудвілу та його компонентів є актуальним та потребує подальших досліджень.

Запропонований у роботі метод розрахунку гудвілу, який враховує «нематеріальні активи, не відображені на балансі», спрямований на поліпшення обліку цих важливих компонентів. Модифікація Плану рахунків з уведенням аналітичних рахунків дозволить деталізувати інформацію та уникнути упущень у визначенні гудвілу.

Врахування рекомендацій з даної роботи допоможе підприємствам покращити точність та достовірність фінансової звітності, забезпечуючи більш повний облік нематеріальних активів та гудвілу. Це стане ключовим етапом у підвищенні ефективності управлінських рішень та встановленні відносин із зацікавленими сторонами. Вважаємо, що дане питання набуло особливої актуальності в умовах невизначеності, зокрема військового стану в країні, коли для забезпечення конкурентоспроможності підприємства об'єднують свої капітали, в структурі активів яких вагоме місце надуває облікова категорія «гудвіл» як ділова репутація для створення доданої вартості учасників бізнесу.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Блажівська Н. Захист гудвілу та клієнтури відповідно до практики Європейського суду з прав людини. *Право України*. 2018. № 5. С. 224-238.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163, зі змінами та доповненнями.
- 3.

Таблиця 3. Критичний огляд основних методів оцінки гудвілу

Назва	Методика	Переваги	Недоліки
Метод надлишкового прибутку	Розрахунок середньогалузевого прибутку на активи та порівняльний аналіз з аналогічним показником досліджуваного підприємства.	Розподіл вартості підприємства на суму матеріальних активів і гудвілу. Наявність економічного ефекту від гудвіла в бізнесі.	Метод не є універсальним. Не завжди є можливість правильно визначити величиничистого доходу та коефіцієнта капіталізації.
Метод надлишкових ресурсів	Порівняння фактичної ринкової вартості використаних ресурсів з їх номінальною вартістю.	Метод підходить для оцінки підприємств перед їх продажем.	Основа отримання прибутку складають не тільки чисті активи. Надлишкові ресурси формуються не тільки за рахунок власних коштів.
Метод оцінки репутації за обсягом реалізації продукції	Визначення гудвілу як різниці між чистим операційним прибутком та обсягом реалізованої продукції помноженому на коефіцієнт рентабельності.	Метод підходить для визначення поточної оцінки репутації підприємства.	При розрахунках не враховується специфіка продукції.
Методика компаній «Brand Finance» та «Interbrand»	Визначення репутації як бренду, що допомагає підприємству отримувати більше прибутку порівняно із продажем «небрендованої» продукції	Підвищення ролі бренду, можливість брати участь у формуванні та корегуванні бренду працівникам підприємства	Неможливість іноді визначити абсолютну величину норми прибутковості.
Кваліметричний метод	Проведення аналогії між корисністю діяльності підприємства та величиною створеного гудвілу.	Розширює можливості внутрішнього потенціалу підприємства.	Гудвіл складається із суми відносних і абсолютних показників, що не є вірним з точки зору математичних розрахунків.
Мультиплікаторний метод	Визначення прибутку, який припадає на долю корпоративної репутації підприємства.	Оцінка внутрішньої репутації підприємства. Можливість прорахувати як поточний, так і майбутній прибуток.	Потреба модифікації методу через «однобокість» бачення корпоративної репутації.
Метод соціологічних опитувань	Дізнається думка стейкхолдерів про підприємства.	Основний метод якісного підвиду, дає аналітичну оцінку репутації підприємства.	Методи не дають іншої оцінки репутації підприємства, крім «позитивна» чи «негативна», «краща» чи «гірша». Більш того, точність оцінки залежить від обсягу вибірки.
Рейтинговий метод	Складання рейтингів ділової репутації незалежними організаціями.	Незалежна експертиза. Уникання підривок.	Не встановлено
Метод експертних оцінок	Формування оцінки репутації через інтерв'ю із стейкхолдерами.	Невірність підрахунків при критичному стані підприємства.	Не встановлено
Статистичний метод	Використання ділової активності підприємства.	Оцінка ділової активності, виходячи тільки з обсягу продажів	Оцінка ділової активності, виходячи тільки з обсягу продажів, є досить ризикованою

Джерело: сформовано на основі [12].

4. Податковий кодекс України, затверджений Верховною Радою України від 02.12.2010 № 2755- VI.
5. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» від 01.01.2012 р.
6. Сагова С. В. Особливості обліку гудвілу. *Фінанси, облік і аудит* : зб. наук. Праць. Київ: КНЕУ, 2009. Вип. 14. С. 291-298.
7. Ридзевська О. В., Сало А. В. Поняття гудвілу та характеристика його складових. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 22(2). С. 349-352.
8. Швїндїна Г. О., Кошевець В. В. Дїлова репутація як показник ефективності функціонування організації. *Вїсник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2011. № 2. С. 75-79.
9. Кошевець В. В. Формування понятійно-категоріального апарату системи управління гудвілом підприємства. *Вїсник Сумського державного університету. Сер.: Економіка*. 2012. № 4. С. 102-106.
10. Ершова Е. А. Гудвилл бизнеса. Москва: Статут, 2013. 223 с.
11. Стефанів М. І. Фінансовий менеджмент на підприємстві: сучасні концепції та технології. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 330 с.
12. Васильківська О. Є. Оцінка вартості бізнесу в умовах глобалізації. Львів: Астролябія, 2019. 250 с.
13. Черних О. В. Сутність та оцінка гудвілу як нематеріального активу підприємства. *Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку*. 2012. 2012. С. 195-203. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim\\_2012\\_2012\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim_2012_2012_18).

## REFERENCES

1. Blazhivska, N. (2018). Protection of goodwill and clientele in accordance with the practice of the European Court of Human Rights. *Law of Ukraine*, 5, 224-238. [in Ukrainian].
2. National Standard of Accounting 19 "Business Combinations," approved by the Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 07.07.1999 No. 163. [in Ukrainian].
3. Tax Code of Ukraine, adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine on 02.12.2010 No. 2755-VI. [in Ukrainian].
4. IFRS 3 "Business Combinations" from 01.01.2012. [in Ukrainian].
5. Sahova, S. V. (2009). Features of goodwill accounting. *Finance, Accounting, and Audit*, 14, 291-298. [in Ukrainian].
6. Ryzhevska, O. V., and Salo, A. B. (2012). The concept of goodwill and characteristics of its components. *Scientific works of Kirovograd National Technical University. Economic Sciences*, 22(2), 349-352. [in Ukrainian].
7. Shvindina, H. O., and Koshevets, V. V. (2011). Business reputation as an indicator of organizational efficiency. *Bulletin of Sumy State University. Series Economics*, 2, 75-79. [in Ukrainian].
8. Koshevets V. V. (2012). Formation of the conceptual-categorical apparatus of the goodwill management system of the enterprise. *Bulletin of Sumy State University. Ser.: Economics*, 4, 102-106. [in Ukrainian].
9. Ershova, E. A. (2013). Business goodwill. Moscow: Statut. [in Ukrainian].
10. Stefani, M. I. (2018). Financial management in the enterprise: modern concepts and technologies. Ivano-Frankivsk: IFNTUNG. [in Ukrainian].
11. Vasylkyivska, O. Ye. (2019). Business valuation in the conditions of globalization. Lviv: Astrolabia. [in Ukrainian].
12. Chernykh, O. V. (2012). Essence and evaluation of goodwill as an intangible asset of the enterprise. *Strategy and mechanisms of industrial development regulation*, 195-203. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim\\_2012\\_2012\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim_2012_2012_18). [in Ukrainian].

**Mariana Kiriiia**, Department of Accounting, Analysis and Audit, Donetsk National University named after Vasyl Stus, Ukraine

**Olena Razborska**, PhD in Economics, Associate Professor, Lecturer, Department of Accounting, Analysis and Audit, Donetsk National University named after Vasyl Stus. Ukraine

## GOODWILL AS AN ACCOUNTING AND ANALYTICAL CATEGORY ENSURING EVALUATION AND MANAGEMENT OF CORPORATE REPUTATION

### Abstract

**Introduction.** The efficiency of enterprises relies on the accurate assessment and accounting representation of their assets. In the context of the modern society, significant attention is devoted to intangible resources, particularly goodwill, as a key element of corporate reputation. However, the existing accounting-analytical system requires modernization to encompass all aspects of value creation. Goodwill issues captivate the interest of accountants, financiers, and managers, as this unique asset allows companies to gain a competitive edge in their respective industries.

**Objective.** The purpose of the work is to study ways to improve the efficiency and accuracy of accounting for intangible assets, which will allow enterprises to provide reliable financial reporting and take into account important components of goodwill in the internal and external environment; studying the role of goodwill in assessing the value of a business on an ongoing basis; search for ways to improve the accounting and analytical support for the assessment and management of the business reputation of the enterprise, specific changes in the plan of accounts are proposed to improve the accounting of intangible assets, in particular elements of goodwill.



**Method (methodology).** Scientific methods and approaches were used in the work, in particular, a comparison to study the main provisions of IFRS and NP(S)BO, analysis of the difference in approaches to accounting for goodwill and intangible assets between these standards; formalization and generalization of the main technological tasks of the organization of accounting of intangible assets for the implementation of the principles of goodwill in the system of ensuring continuity of activity and maintaining a positive business reputation of the enterprise.

**Results.** In the course of the study, an in-depth analysis of the existing methods of goodwill assessment was carried out and their limitations in taking into account all components of this important category of assets were revealed. In response to this limitation, we have developed our own method that takes into account intangible assets that are not reflected on the company's balance sheet. The proposed methodology calculates goodwill as the difference between the fair value of net assets and their book value, considering revalued asset values and off-balance-sheet intangible assets such as business relationships, peculiarities of activity, and personnel knowledge. A supplementary recommendation includes modifying the Chart of Accounts to account for intangible assets, detailing them at an analytical level. These changes can identify and reflect important goodwill elements previously unaccounted for in financial reporting. The outlined modifications address the need for meticulous intangible asset accounting and contribute to increased reliability of financial reporting, essential for informed managerial decisions and establishing trust among stakeholders.

**Keywords:** goodwill; intangible assets; accounting; analysis; accounting and analytical support; business reputation; post-industrial economy; financial management; management; rating; corporate reports.

**Cite as:** Kiriiia, M., and Razborska, O. (2023). Goodwill as an accounting and analytical category ensuring evaluation and management of corporate reputation. *Economic analysis*, 33 (4), 99-107. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.04.099>