

УДК 657.421.32

НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ГУДВІЛУ, МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ І ЗНЕЦІНЕННЯ<http://orcid.org/0000-0003-2185-178X>

Кравченко Марина Сергіївна, к. е. н., доц., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь

Циганкова Ольга Дмитрівна, магістр ІВ-16-М, ДВНЗ «ПДТУ»

Maryna Kravchenko, Ph. D., Assoc., Associate Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, SHEI «PSTU», Mariupol

Olga Tsygankova, Master of IS-16-M, SHEI «PSTU», Mariupol

M. Kravchenko, O. Tsygankova. Necessity of goodwill estimation, calculation methods and depreciation.

This article presents the main opinions of specialists from different countries on the need to assess business reputation, namely goodwill in enterprises. Based on the generalization of the foreign experience of the evaluation, several methods were identified that are most often used in the estimation of goodwill, namely: the method of market capitalization; method of royalty; method of comparative multipliers; cash flow capitalization method; method of discounting cash flows. Allocated positive and negative sides of each of the above methods. Also in the work are given methods of calculating goodwill classical, as well as those that are most often used in modern life. Namely, the proportional and full calculation method is selected, and the differences between these two methods are determined, it is proved that the full calculation method gives the most correct result. In addition to these methods, methods for calculating the cost of goodwill are recommended, which are recommended by Ukrainian experts in modern conditions, namely: the method of comparing sales, the method of cost (property), income method. In the final part of the article, the signs and reasons for the impairment of goodwill are presented. The main conclusions are drawn that it is rather difficult to choose the best method for estimating the cost of goodwill, since it depends on the purposes of estimating goodwill and the process under which this goodwill is valued. Therefore, there is no one universal formula for calculating goodwill.

Кравченко М. С., Цыганкова О. Д. Необходимость оценки гудвилла, методы расчета и обесценивание.

В данной статье приведены основные мнения специалистов из разных стран о необходимости оценки деловой репутации, а именно гудвилла, на предприятиях. На основе обобщения зарубежного опыта оценки было выделено несколько методов, наиболее часто применяемых при оценке гудвилла, а именно: метод рыночной капитализации; метод роялти; метод сравнительных мультипликаторов; метод капитализации денежного потока; метод дисконтирования денежных потоков. Выделенные положительные и отрицательные стороны каждого из приведенных методов. Также в работе приведены методы расчета гудвилла классические, а также те, что наиболее часто применяются в современной жизни. А именно: выделен пропорциональный и полный метод расчета, а также определены различия этих двух методов, доказано, что полный метод расчета дает наиболее правильный результат. Кроме этих методов приведены методы расчета стоимости гудвилла, которые рекомендованы украинскими экспертами в современных условиях, а именно: метод сравнения продаж, метод затратности (имущественный), доходный метод. В заключительной части статьи приводятся признаки и причины обесценивания гудвилла. Сделаны основные выводы о том, что выбрать лучший метод оценки стоимости гудвилла довольно непросто, так как это зависит от целей оценки гудвилла и процесса, при котором этот гудвилл оценивается. Поэтому и нет одной универсальной формулы для расчета гудвилла.

Кравченко М. С., Циганкова О. Д. Необхїднїсть оцїнки гудвїлу, методи розрахунку і знецїнення.

У данїй статтї наведенї основнї думки фахївцїв з рїзних країн стосовно необхїдностї оцїнки дїлової репутацїї, а саме гудвїлу, на пїдприємствах. На основї узагальнення зарубїжного досвїду оцїнки було видїлено кїлька методїв, що найбїльш часто застосовуютьсї при оцїнцї гудвїлу, а саме: метод ринкової капїталїзацїї; метод роялтї; метод порївняльних мультиплїкаторїв; метод капїталїзацїї грошового потоку; метод дисконтування грошових потокїв. Видїленї позитивнї та негативнї сторони кожного з наведених методїв. Також в роботї наведенї методи розрахунку гудвїлу класичнї, а також тї,

що найбільш часто застосовуються в сучасному житті. А саме: виділено пропорційний та повний метод розрахунку, а також визначені відмінності цих двох методів, доведено, що повний метод розрахунку дає найбільш доречний результат. Окрім цих методів наведені методи розрахунку вартості гудвілу, що рекомендовані українськими експертами в сучасних умовах, а саме: метод порівняння продажів, метод витратності (майновий), прибутковий метод. В заключній частині статті наводяться ознаки і причини знецінення гудвілу. Зроблено основні висновки про те, що вибрати найкращий метод оцінки вартості гудвілу досить непросто, так як це залежить від цілей оцінки гудвілу і процесу, при якому цей гудвіл оцінюється. Тому і немає однієї універсальної формули для розрахунку гудвілу.

Постановка проблеми. Гудвіл є новим об'єктом для бухгалтерського обліку в Україні, характерним для умов постіндустріалізації і глобалізації. На даний момент в ринковій економіці України поняття «гудвіл» стає одним з вагомих, а вміння впливати на його величину - одним з найважливіших. Адже незважаючи на те, що визначення вартості гудвілу часто має вагомі причини, оскільки процедура ця досить дорога і складна, визначити його вартість необхідно. Безумовно, вартість матеріальних активів - дуже важливий фактор впливу. Але, щоб значно підняти вартість свого бізнесу, необхідно знати так само його ділову репутацію, яку встиг заробити виробник за роки своєї діяльності, наскільки йому довіряють споживачі, і якою популярністю користується його товар. Таким чином, наявність у компанії гудвілу, здатного генерувати додатковий дохід, істотно підвищує вартість її активів.

Саме тому знати методи розрахунку оцінки гудвілу, вміти застосовувати їх на практиці є актуальним для українських підприємців. А визначення причин і ознак знецінення гудвілу є не менш важливим фактором, завдяки якому можна уникнути зайвих витрат і збитків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання необхідності, причин розрахунку оцінки гудвілу, дослідження методів її розрахунку піднімалися в багатьох наукових статтях зарубіжних і вітчизняних економістів. Наприклад, за розрахунками консалтингового агентства Brand Finance частка гудвілу в активах підприємств різних країн коливається від 45 до 76% [1]. А з точки зору Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), гудвіл є окремою найбільш важливою категорією активів підприємства. [1]

Scherer F. M., Narhoff D., Kukies J. виділили методи розрахунку оцінки гудвілу, які найбільш часто застосовуються. [5, 6] Також згідно з дослідженнями А. М. Сметаніна всі методи вивчення і оцінки репутації можна умовно розділити на два види: методи, засновані на кількісному вимірі ділової репутації та методи, засновані на якісних дослідженнях. [8]

Доктор технічних наук Хамід Мамаджанов пояснив причини оцінки гудвілу. [2]

А, спираючись на особистий досвід рестораторів Євгена Златокольцева і Євгена Нейман, була доведена необхідність і користь його оцінки. [12, 13]

Мета статті: проаналізувати необхідність оцінки гудвілу, розібратися з методами оцінки його вартості на конкретних прикладах, дослідити ознаки і причини його знецінення.

Виклад основного матеріалу. За словами Хаміда Мамаджанова, головного наукового співробітника Інституту сертифікації та оцінки інтелектуальної власності і бізнесу (Москва), доктора техн. наук: «В першу чергу оцінювати гудвіл потрібно при купівлі-продажу підприємств. Бізнес – це не тільки враховані на балансі основні засоби та інше майно, а й уміло побудована організаційно-господарська структура, ефективне управління, постійні покупці, відпрацьовані канали збуту продукції, встановлені ділові зв'язки, навчений персонал і багато іншого, що в сукупності забезпечує стабільний дохід. Тому власник компанії зацікавлений отримати за свій бізнес більше, ніж сумарна вартість всіх активів підприємства. І, зрозуміло, покупець захоче перевірити, за що він платить, якщо знає, що сумарна вартість активів значно нижче ціни, за якою цей бізнес продають». [2]

Також оцінка гудвілу проводиться при злитті компаній або поглинанні, оскільки тут теж важливо розуміти, які справи йдуть в руки. Адже якщо в нематеріальному аспекті угода недостатньо вигідна для однієї зі сторін, так навіщо її укладати?

Для проведення процедури визначення вартості ділової репутації необхідні наступні документи:

- повна фінансова звітність в розрізі трьох останніх років;
- якщо такі є, аудиторські висновки;
- повний опис матеріальних засобів, наявних у володіннях компанії;
- інша розшифрована і пояснена інформація про майно суб'єкта господарювання;
- інформація про дебіторську заборгованість в розрізі договорів;
- якщо є дочірні компанії, то їх повні фінансові звіти.

З кожним роком сфера послуг стає все ширше і ширше: нам пропонують юридичні та бухгалтерські консультації, а перукарень та салонів краси настільки багато, що на них можна натикатися буквально на кожному кроці. Але це зовсім не означає, що кожне з подібних закладів приносить своєму власнику небачений прибуток. Для початку необхідно заробити гідну репутацію, набрати значну клієнтську базу. У цьому всьому і полягає гудвіл підприємства. [3]

Розрахунок ділової репутації може здійснюватися в кілька етапів:

1) визначаються витрати з інвестицій, які, крім суми, що безпосередньо сплачується за придбані акції, включають оплату послуг юристів, брокерів, аудиторів та інших консультантів;

2) розраховується балансова величина нетто-активів на основі наявної методики;

3) визначається різниця між витратами з інвестицій та балансовою вартістю придбаних нетто-активів;

4) проводиться переоцінка активів і зобов'язань підприємства, що купується, до його ринкової величини;

5) різниця, отримана відповідно до п.3, розподіляється на ті активи і зобов'язання, які вимагають переоцінки, в першу чергу на оборотні активи і зобов'язання;

6) вся сума, що залишилася після розподілу і являє ділову репутацію, що виникла при покупці. [4]

На основі узагальнення зарубіжного досвіду оцінки [5, 6] автором були виділені методи, що найбільш часто застосовуються при оцінці гудвілу:

- метод ринкової капіталізації;
- метод роялті;
- метод порівняльних мультиплікаторів;
- метод капіталізації грошового потоку;
- метод дисконтування грошових потоків.

Отже, метод оцінки гудвілу на основі ринкової капіталізації: передбачає визначення сукупної ринкової вартості власного і позикового капіталу компанії (підсумовування ринкової капіталізації та ринкової вартості зобов'язань компанії) і подальше віднімання з отриманої суми ринкової вартості матеріальних і нематеріальних активів оцінюваного підприємства. До недоліків даного методу можна віднести той факт, що ринкова капіталізація включає в себе вартість не тільки поточних нематеріальних активів, але і потенційних майбутніх, таким чином, вартість гудвілу компанії завищують на величину очікуваної вартості майбутніх НМА підприємства [6]. Також скрутна точна оцінка ринкової вартості поточних нематеріальних активів оцінюваного підприємства і ринкова капіталізація оцінюваної компанії може бути спотворена через неефективність вітчизняного фондового ринку. Як наслідок, похибки оцінки цієї величини тягнуть за собою компенсуючі помилки при розрахунку вартості гудвілу.

Метод роялті, в свою чергу, передбачає оцінку ринкової вартості використання гудвілу протягом життєвого циклу конкурентних переваг, що породжують цю категорію активів підприємства. Передбачається, що з плином часу гудвіл буде знецінюватися, таким чином, ринкова плата за його використання також буде знижуватися з певним темпом. Наведена вартість зазначених грошових потоків в сукупності становить ринкову вартість гудвілу оцінюваної компанії. Однак, передумова можливості відчуження гудвілу від діючого бізнесу та продажу права його використання третім особам, що лежить в основі методу, суперечить основоположним характеристикам даної категорії активів підприємства. Також як недолік даного методу можна виділити складність оцінки величини ринкової плати за використання гудвілу і періоду дії конкурентних переваг, що породжують його [6].

При застосуванні методу порівняльних мультиплікаторів гудвіл оцінюється за допомогою визначення середньої частки гудвілу в сукупній ринковій вартості активів компаній-аналогів (побудова мультиплікатора гудвіл / сукупна ринкова вартість активів). Однак слід зауважити, що в основі подібного методу лежить передумова про те, що підприємства-аналоги і оцінюване підприємство володіють схожими конкурентними перевагами. Що, в свою чергу, суперечить сутності конкурентних переваг, так як їх наявність передбачає здатність компанії запобігти імітацію даних переваг іншими підприємствами [7].

В рамках методу капіталізації грошового потоку найбільш поширена методика оцінки гудвілу на основі капіталізації надлишкового прибутку. Однак дана методика, на думку авторів, має ряд недоліків. По-перше, вона статична, вартість визначається на основі фінансових показників найбільш характерного періоду, однак конкурентні переваги, що лежать в основі гудвілу, мають тенденцію виснажуватися згодом. По-друге, використання середньогалузевого рівня рентабельності як характеристики результатів діяльності за відсутності гудвілу здатне значно скоротити вартість даної категорії активів, так як передбачає її відсутність у інших підприємств галузі. Як результат може бути отримана негативна вартість гудвілу.

Метод дисконтування грошових потоків заснований на припущенні, що вартість будь-якого активу підприємства може бути визначена на основі прогнозу грошових потоків, які оцінюваний актив генеруватиме в майбутньому. Прогнозовані грошові потоки і грошові потоки термінального періоду приводяться до поточної вартості на дату проведення оцінки шляхом дисконтування за ставкою, що відображає ризик, пов'язаний з надходженням даних грошових потоків. Для визначення частки чистого прибутку підприємства, що генерується гудвілом, в рамках методу дисконтування грошового потоку застосовується концепція «залишкового прибутку». Аналіз методики оцінки гудвілу на основі моделі Едварда-Белла-Ольсона (ЕВО) і методики компанії Brand-Finance, дозволив виділити ряд недоліків, властивих даними алгоритмам:

- обидві методики в процесі визначення коефіцієнта дисконтування припускають застосування експертних оцінок;

- оцінка гудвілу суттєво залежить від прогнозів очікуваного прибутку.

Однак, незважаючи на описані вище недоліки, явна перевага зазначених методик полягає в тому, що вони засновані на оцінці очікуваних грошових потоків, що генеруються гудвілом і, таким чином, дозволяють визначити ринкову вартість даної категорії активів.

Традиційно гудвіл, що виникає в момент придбання дочірньої компанії, розглядається (і розраховується) як перевищення справедливої вартості відшкодування, переданого контролюючим акціонером, над його часткою в справедливій вартості чистих активів дочірньої компанії.

Спрощено такий метод розрахунку можна представити у вигляді такої формули:

Гудвіл = сума інвестицій – (сума чистих активів дочірньої компанії × % володіння)

Такий метод розрахунку гудвілу прийнято називати пропорційним.

Однак треба зазначити, що пропорційний метод враховує тільки гудвіл, який припадає на контролюючого акціонера.

В основі іншого методу розрахунку гудвілу лежить порівняння справедливої вартості дочірньої компанії з усією сумою її чистих активів, а не тільки з її частиною, що припадає на частку контролюючого акціонера. В цьому випадку, справедлива вартість дочірньої компанії прирівнюється до суми справедливої вартості відшкодування, переданого контролюючим акціонером, і справедливої вартості частки неконтролюючих акціонерів (далі ЧНА).

Представимо такий метод розрахунку за допомогою наступної формули:

Гудвіл = інвестиції контролюючого акціонера + ЧНА – чисті активи дочірньої компанії

Цей метод розрахунку гудвілу науковці називають повним.

На відміну від пропорційного методу, повний метод відображає гудвіл, що відноситься до дочірньої компанії в цілому, тобто гудвіл як контролюючого, так і неконтролюючих акціонерів.

Якщо за результатами розрахунків ми маємо позитивний гудвіл, то він має розглядатися як нематеріальний актив і підлягатиме щорічній перевірці на знецінення (не амортизується). Негативний же гудвіл (перевищення вартості чистих активів дочірньої компанії над вартістю інвестицій) негайно визнається як дохід. [8]

В сучасних умовах українські експерти виділяють три найбільш розповсюджені методи розрахунку величини гудвілу. Однак, який з методів найбільш надійний або універсальний – сказати на сучасному етапі розвитку неможливо. Наведемо ці методи:

1) Метод порівняння продажів. Принцип розрахунку досить простий:

Вартість компанії з урахуванням її гудвілу визначається методом порівняння з вартістю аналогічної компанії.

2) Метод витратності (майновий) метод. Він враховує всі витрати, які будуть потрібні на створення аналогічної компанії.

3) Прибутковий метод. Він заснований на прогнозі майбутніх грошових потоків і можливих ризиків. Чистий грошовий потік - це різниця між припливом і відтоком грошей за певний період часу. [9]

При наявності у підприємства гудвілу слід звертати увагу на можливе його знецінення. Ознаки знецінення гудвілу наступні:

1) зменшення ринкової вартості активу протягом звітного періоду на суттєво більшу величину, ніж очікувалося;

2) істотні негативні зміни в ринковому, економічному або правовому середовищі, у якому діє підприємство, що відбулися протягом звітного періоду або очікувані найближчим часом;

3) збільшення протягом звітного періоду ринкових ставок відсотка або інших ринкових ставок доходу від інвестицій, яке може вплинути на ставку дисконту і суттєво зменшити суму очікуваного відшкодування активу;

4) перевищення балансової вартості чистих активів підприємства над їх ринковою вартістю;

5) інші свідчення того, що ефективність активу є або буде гірше, ніж очікувалося. [10]

Гудвіл невіддільний від чистих активів дочірньої компанії. Тому перевірка гудвілу на знецінення можлива тільки на рівні одиниці, що генерує грошові потоки (ОГП), тобто сукупності активів, які спільно створюють економічну вигоду. У загальному випадку ОГП буде відповідати самої дочірньої компанії, тобто сумі її чистих активів і гудвілу. Таким чином, перевірка на знецінення гудвілу буде складатися в порівнянні, по-перше, балансової вартості чистих активів дочірньої компанії в сумі з

гудвілом, по-друге, з її очікуваним відшкодуванням. Спрощено такий метод розрахунку знецінення гудвілу можна представити у вигляді такої формули:

$$\text{Знецінення гудвілу} = (B_0 + \text{гудвіл}) - \sum OB$$

Де B_0 – балансова вартість чистих активів дочірньої компанії,

$\sum OB$ – сума очікуваного відшкодування дочірньої компанії.

Знецінення необхідно відображати, якщо балансова вартість (carrying value) активу більше суми його очікуваного відшкодування (recoverable value). Сума очікуваного відшкодування – це більша з двох вартостей: чистою вартістю реалізації або цінності в використанні.

Таким чином, сума очікуваного відшкодування - це сума, яку компанія очікує отримати або від продажу, або від використання активу. Концепція знецінення полягає в тому, що балансова вартість не може перевищувати суму очікуваного відшкодування.

Розрахунок збитку від знецінення зводиться до таких кроків:

- Визначення, що більше: чиста вартість реалізації або цінність у використанні.
- Порівняння великої суми (суми очікуваного відшкодування), і балансової вартості них.
- Якщо балансова вартість менша від очікуваного відшкодування, то знецінення немає. Якщо балансова вартість більша від очікуваного відшкодування, їх різниця і буде збитком від знецінення. [11]

Висновки: в роботі проаналізована необхідність оцінки гудвілу, позначені методи оцінки його вартості, досліджені ознаки і причини його знецінення.

Необхідність оцінки гудвілу доведена наступними прикладами з особистого досвіду бізнесменів.

Вибрати найкращий метод оцінки вартості гудвілу досить непросто, так як це залежить від цілей оцінки гудвілу і процесу, при якому цей гудвіл оцінюється (придбання компанії, злиття компаній або ж в процесі передачі прав користування фірмовим найменуванням, логотипом, маркою іншої фірми). Тому і немає однієї універсальної формули для розрахунку гудвілу. Хоча якщо гудвіл визначається, як різниця між ціною фірми і справедливою вартістю всіх її активів, то завдання оцінки – пояснити виникнення цієї різниці, розкласти її на складові компоненти. І, виходячи з вище наведеної інформації, можна зробити висновок, що оцінка вартості гудвілу складається наступним чином:

По-перше, виробляють переоцінку чистих активів за справедливою вартістю.

По-друге, з отриманої різниці ідентифікують нематеріальні активи, які не були враховані на балансі у компанії, що купується, але на дату покупки мають справедливу вартість.

Після ідентифікації компонентів залишається не розкладена сума, яка і являє собою гудвіл.

Але все це потрібно вмістити в одну спеціальну формулу. Такий метод розрахунку гудвілу як повний, який відображає гудвіл, що відноситься до дочірньої компанії в цілому. Цей метод можна використовувати при найпоширенішій причини оцінки гудвілу - покупки компанії.

Також можна виділити метод дисконтування грошових потоків і метод капіталізації грошового потоку, які засновані на оцінці очікуваних грошових потоків, що генеруються гудвілом і, таким чином, дозволяють визначити ринкову вартість даної категорії активів. І хоча тут теж є свої недоліки, але ці методи найбільш трудомісткі і точні на наш погляд.

Так само варто відзначити, що ринок оцінки гудвілу та використання її результатів в Україні на даний момент залишає бажати кращого і має ряд проблем. Перш за все, відсутня достовірна інформація про підприємство. Це ускладнює роботу оцінювачів, тому що гостра нестача статистичних даних не дозволяє проводити будь-

який порівняльний аналіз. На даному етапі необхідно удосконалювати методи оцінки та впровадження їх в практику.

Одна з основних стратегічних цілей повинна бути: сприяння більш широкому застосуванню оцінки гудвілу і все більша орієнтація керівників підприємств на збільшення вартості своїх компаній.

Список використаних джерел:

1. *The Invisible Business. Brand Finance plc.* [Online] Date of access: 10.04.2008 www.brandfinance.com
2. Для чого оцінюють гудвіл [Електронний ресурс]. - <https://fd.ru/articles/7327-kak-otsenit-gudvill>
3. Як підготуватися до оцінки ділової репутації [Електронний ресурс]. - URL: <http://fb.ru/article/190356/gudvill---chto-eto-takoe-opredelenie-stoimosti-gudvilla>
4. Методи розрахунку гудвілу [Електронний ресурс]. - URL: <http://vikidalka.ru/2-39074.html>
5. Mueller D.C., Supina D. *Goodwill Capital // Small Business Economics.* – 2002. - № 19.
6. Becker B.C., Sperduto K., Riedy M.K. *An Examination of Goodwill Valuation Methodologies // The Corporate Governance Advisor.* - 2002. - 10 (4).
7. Scherer F.M., Harhoff D., Kukies J. *Uncertainty and the Size Distribution of Rewards from Innovation // Journal of Evolutionary Economics.* - 2000. - 10.
8. Оцінюємо гудвіл на практиці [Електронний ресурс]. - URL: <http://orange-finance.ru/article/97-otsenivaem-gudvill-na-praktike>
9. Гудвіл. Методи розрахунку і знецінення [Електронний ресурс]. - URL: <http://jak.magey.com.ua/articles/gudvil-metodi-rozrahunku-i-znecinennja.html>
10. Знецінення гудвілу [Електронний ресурс]. - URL: <https://buhgalter911.com/uk/news/news-493599.html>
11. Традиційний гудвіл і його методи розрахунку [Електронний ресурс]. - URL: <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=008171>
12. Навіщо потрібно оцінювати гудвіл? [Електронний ресурс]. - URL: <https://econ.wikireading.ru/47080>

References:

1. *The Invisible Business. Brand Finance plc.* [Online] Date of access: 10.04.2008 www.brandfinance.com
2. *Dlya choho otsinyuyut' hudvil* [Elektronnyy resurs]. – <https://fd.ru/articles/7327-kak-otsenit-gudvill>
3. *Yak pidhotuvatsya do otsinky dilovoyi reputatsiyi* [Elektronnyy resurs]. – URL: <http://fb.ru/article/190356/gudvill---chto-eto-takoe-opredelenie-stoimosti-gudvilla>
4. *Metody rozrakhunku hudvilu* [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://vikidalka.ru/2-39074.html>
5. Mueller D.C., Supina D. *Goodwill Capital // Small Business Economics.* – 2002. - № 19.
6. Becker B. C., Sperduto K., Riedy M. K. *An Examination of Goodwill Valuation Methodologies // The Corporate Governance Advisor.* - 2002. - 10 (4).
7. Scherer F.M., Harhoff D., Kukies J. *Uncertainty and the Size Distribution of Rewards from Innovation // Journal of Evolutionary Economics.* - 2000. - 10.
8. *Otsinyuyemo hudvil na praktytsi* [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://orange-finance.ru/article/97-otsenivaem-gudvill-na-praktike>
9. *Hudvil. Metody rozrakhunku i znetsinennya* [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://jak.magey.com.ua/articles/gudvil-metodi-rozrahunku-i-znecinennja.html>
10. *Znetsinennya hudvilu* [Elektronnyy resurs]. - URL: <https://buhgalter911.com/uk/news/news-493599.html>
11. *Traditsiyyny hudvil i yoho metody rozrakhunku* [Elektronnyy resurs]. - URL: <https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=008171>
12. *Navishcho potribno otsinyuvaty hudvil?* [Elektronnyy resurs]. - URL: <https://econ.wikireading.ru/47080>

Ключевые слова: гудвилл; оцінка; метод оцінки; обесценение; предприятие; акционер.

Keywords: goodwill; valuation of goodwill; valuation method; depreciation; enterprise; shareholder.

Ключові слова: гудвіл; оцінка гудвілу; метод оцінки; знецінення; підприємство; акціонер.

Рецензент: Хаджинова О.В., декан економічного факультету, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д.е.н., доцент

Перевірено на плагіат системою: <https://corp.unicheck.com/library/viewer/report/2497266>