

УДК 657.1

DOI <https://doi.org/10.32782/2664-0406.2024.45.7>**Цифра Т.Ю.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки будівництва,
Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ
ORCID: 0000-0001-7891-0467

Григанська К.В.

науковий співробітник,
Державний науково-дослідний інститут будівельних конструкцій, м. Київ
ORCID: 0009-0004-9027-663X

Гут Я.А.

аспірант ОП 051 Економіка
ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ
ORCID: 0009-007-4812-7421

ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПРОЕКТНОГО ІНСТИТУТУ

Анотація. Досліджено вплив ділової репутації на ефективність розвитку Державного науково-дослідного інституту будівельних конструкцій. Визначено економічну сутність поняття «гудвіл» як нематеріального активу. Розроблено модель оцінки гудвілу для наукового інституту будівництва на прикладі Державного науково-дослідного інституту будівельних конструкцій. На сьогоднішній день оцінка ділової репутації стала все більше цікавити підприємства через нестабільність ринків. Формування позитивного гудвілу стає надзвичайно важливим, оскільки позитивний гудвіл може виділити підприємство серед інших, що займаються аналогічною діяльністю, розширити коло споживачів, зміцнити позиції на ринку.

Таким чином, у ході дослідження визначено основні складові ділової репутації ДП НДІБК у довоєнний період та запропоновано розрахунок гудвілу для проектного інституту будівництва за допомогою факторного методу.

Основні складові гудвілу ДП НДІБК згруповано за такими факторними показниками: історія (кількість років на ринку будівництва та проектування, ритмічність виконання науково-дослідних та науково-проектних робіт); персонал (професіоналізм персоналу, рівень освіти, знання, навички досвід персоналу); засоби (матеріально-технічна база фінансова автономія незавершених робіт); імідж (цитата, судово практика організації, відгуки клієнтів, інформація про міжнародне наукове співробітництво).

Визначено, що значення гудвілу ДП НДІБК станом на 01.01.2022 довоєнного періоду становить 66,06, що є досить непоганим результатом, враховуючи, що найкраще значення, яке можна отримати за вартістю гудвілу за цим методом – 100.

Підсумовуючи, гудвіл відіграє значну роль як ключовий показник ефективності (KPI) у світі бізнесу. Це допомагає зацікавленим сторонам зрозуміти цінність нематеріальних активів, таких як репутація та відносини з клієнтами, які сприяють успіху компанії. Розглядаючи гудвіл як KPI, компанії можуть краще оцінювати свою конкурентну перевагу та приймати більш обґрунтовані рішення щодо злиття та поглинання.

Ключові слова: ділова репутація, нематеріальні активи, гудвіл, факторна модель оцінки ділової репутації, науково-дослідний інститут.

Постановка проблеми. Будівельний сектор є одним з найбільш конкурентних ринків. Кількість компаній, що пропонують проектні послуги, постійно зростає, що ускладнює

завдання виділення серед конкурентів. Ділова репутація стає ключовим фактором, який допомагає компанії привернути увагу потенційних клієнтів та партнерів. Компа-

нії з хорошою репутацією легше залучають висококваліфікованих спеціалістів. Професіонали прагнуть працювати в організаціях, які цінують своїх співробітників, дотримуються етичних норм та забезпечують можливості для професійного розвитку. Це сприяє формуванню сильної команди, здатної реалізовувати складні та масштабні проекти.

Сучасні тенденції вимагають від компаній не лише економічної ефективності, але й соціальної відповідальності. Позитивна репутація допомагає будівельним проектним інститутам демонструвати свою відповідальність перед суспільством та екологією. Це включає дотримання екологічних стандартів, участь у соціальних проектах та підтримку місцевих громад. Незважаючи на те, що нематеріальні активи у господарській діяльності підприємства набувають дедалі більшого значення, на сьогоднішній день загальноприйнятої методики оцінки гудвілу науково-дослідних інститутів немає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемами обліку гудвілу на підприємстві займалися як зарубіжні так і вітчизняні вчені. Зокрема, питанням визначення структури гудвілу та його основних елементів присвячені роботи таких іноземних науковців: Р. Ф. Рейлі, Р. П. Швайс [4], Pires, V. and Trez, G. [8]. У вітчизняному науковому просторі вивченням розглянутих питань займаються такі вчені: Л. Городянська [7], В. Диба [6], В. В. Подольна [9], Л. В. Швець [5], О. А. Щербакова [8], Т. Цифра, К. Григанська, Р. Калиниченко та інші [11-17].

Вперше запропонував оцінювати гудвіл французький бухгалтер Ф. Мор у 1891 році. Він проводив оцінку ділової репутації виходячи з розміру генерованих ним додаткових доходів [1].

Сучасні науковці під інтелектуальним капіталом розуміють нематеріальні характеристики підприємства, тобто сукупність здібностей, знань, навиків, які мають економічну цінність та здатні забезпечувати довготривалий вплив на процес функціонування підприємства та є засобом створення нової вартості. Іншими словами – це монопольна рента підприємства, це те, що створює конкурентні переваги даного підприємства, порівняно з іншими, які працюють у цій галузі [2, с. 118].

У своїх дослідженнях Мельник Л. Ю. трактує поняття «гудвіл» як актив, що знаходиться у складі нематеріальних активів

підприємства, немає матеріальної форми, не відокремлений від підприємства, вартість якого змінюється залежно від ринкових умов та здатний приносити додаткові економічні вигоди [3, с. 5]. Автор доводить, що гудвіл може виникати внаслідок таких чинників, як вигідне територіальне розміщення компанії, виникнення несприятливих умов діяльності для конкурентів, пільгові умови оподаткування, наявність стабільних покупців, рівень цін на товари і послуги тощо. Однак в обліку цей актив виникає лише під час продажу компанії і з'являється в балансі покупця.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У статті було розроблено факторну модель оцінки ділової репутації Державного науково-дослідного інституту будівельних конструкцій.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення основних компонентів гудвілу та розробка методики розрахунку гудвілу для будівельного науково-дослідного інституту, використовуючи факторну модель оцінки ділової репутації.

Виклад основного матеріалу. Єдиного трактування терміну «гудвіл» не існує. Термін «goodwill» англійського походження, і в дослівному перекладі означає «добра воля». Відповідно до Статті 14.1.40 Податкового Кодексу України, 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. С. Марченко та В. Самсонов вважають, що гудвіл - це перш за все громадська думка про назву, стиль, товарний знак, логотип, проекти, товари і будь-які інші предмети, що знаходяться у власності або під контролем компанії, а також взаємовідносини з клієнтами і замовниками.

Перелік складових гудвілу є неоднозначним та варіюється відповідно до конкретного підприємства. Пропонуємо виокремлювати такі основні компоненти гудвілу ДП НДІБК (рис. 1).

У даній роботі використовується факторний метод розрахунку гудвілу будівельного підприємства. Оцінка ділової репутації організації виражається індексом R_f , який в ідеалі має наближатися до 100:

Історія	•кількість років на ринку •ритмічність виконання робіт
Засоби	•матеріально-технічна база •фінансова автономія •незавершені роботи
Кадри	•професіоналізм персоналу •рівень освіти , знань, навичок •досвід роботи персоналу
Імідж	•цитування •судова практика організації •відгуки замовників, тощо

Рис. 1 Основні компоненти гудвілу ДП НДІБК

Джерело: розроблено авторами.

Таблиця 1. Розрахунок гудвілу будівельного науково-дослідного інституту на прикладі ДП НДІБК станом на 01.01.2022 року*

Фактор	Субфактор	Характеристика субфактора	Значення, яких може набувати субфактор	Результат на прикладі ДП НДІБК
Історія	x_{11} - Кількість років на ринку	Характеризує тривалість присутності організації на ринку і об'єм виконаних нею робіт	$x < 2$ років - $x_{11} = 10$ $x > 10$ років - $x_{11} = 100$	$x_{11} = 100$
	x_{12} – Ритмічність роботи	Визначає ритмічність виконання робіт, що характеризуються коефіцієнтом варіації (μ) об'ємів робіт організації	$\mu < 0,05$ - $x_{12} = 100$ $\mu > 0,5$ - $x_{12} = 0$	$x_{12} = 85$
$x_1 = d_{11}x_{11} + d_{12}x_{12} = 0,5 \cdot 100 + 0,5 \cdot 85 = 92,5$				
Засоби	x_{21} – Матеріально-технічна база	Знаходять у залежності від сумарної власності обладнання ($\sum_{ст}$), у балансі організації	$\sum_{ст} \text{ (тис.грн.) } > 3900$ - $x_{21} = 0$ $\sum_{ст} \text{ (тис.грн.) } < 360000$ - $x_{21} = 100$	$x_{21} = 12$
	x_{22} – Фінансова автономія	Описується залежністю $K^1 = \text{«Власний капітал»} / \text{«Залучені кошти»}$	$K^1 > 1,0$ - $x_{22} = 0$ $K^1 < 5,0$ - $x_{22} = 100$	$x_{22} = 12$
	x_{23} – Незавершені роботи	Визначають у залежності від співвідношення об'єму незавершених робіт до чистого прибутку організації (O)	$O < 0,5$ - $x_{23} = 100$ $O > 4,6$ - $x_{23} = 0$	$x_{23} = 12$
$x_2 = x_{21}d_{21} + x_{22}d_{22} + x_{23}d_{23} = 12 \cdot 0,34 + 12 \cdot 0,33 + 12 \cdot 0,33 = 12$				
Кадри	x_{31} – Управлінські кадри	Характеризує ступінь освіти, стаж роботи у компанії і практичний досвід в області будівництва провідних науковців, спеціалістів та експертів	Усі керівники мають вищу освіту і стаж більше 10 років – $x_{31} = 100$	$x_{31} = 100$
	x_{32} – Середня ланка	Характеризує рівень спеціальної освіти, стаж роботи в організації спеціалістів	Усі працівники мають вищу профільну освіту і стаж більше 10 років – $x_{32} = 100$	$x_{32} = 100$
	x_{33} – Нагороди і звання	Враховує наявність співробітників з науковим ступенем і званнями	Наявність співробітників (хоча б одного), які мають вчений ступінь, вчене звання «Почесний будівельник України» чи аналоги - $x_{33} = 100$	$x_{33} = 100$

Продовження таблиці 1

Фактор	Субфактор	Характеристика субфактора	Значення, яких може набувати субфактор	Результат на прикладі ДП НДІБК
$x_3 = x_{31}d_{31} + x_{32}d_{32} + x_{33}d_{33} = 100 \cdot 0,42 + 100 \cdot 0,42 + 100 \cdot 0,16 = 100$				
Імідж	x_{41} – Цитування	Визначають в залежності від кількості позитивних повідомлень (згадувань) про організацію у засобах масової інформації β за весь термін присутності організації на ринці будівництва.	$\beta < 6 - x_{41} = 0$ $\beta > 30 - x_{41} = 100$	$x_{41} = 100$
	x_{42} – Ліквідація порушень	Визначають у залежності від кількості порушень договірних обов'язків перед замовниками, встановлених рішеннями судів за весь час діяльності організації (γ)	$\gamma < 6 - x_{42} = 100$ $\gamma > 30 - x_{42} = 0$	$x_{42} = 100$
	x_{43} – Затримка здачі робіт	Визначають в залежності від середньої величини затримок λ	$\lambda < 2 - x_{43} = 100$ $\lambda > 18 - x_{43} = 0$	$x_{43} = 100$
	x_{44} – Експертиза проектної документації	Визначається у залежності від кількості порушень вимог охорони праці за останні три роки (ϵ).	$\epsilon = 0 - x_{44} = 100$ $\epsilon > 3 - x_{44} = 0$	$x_{44} = 100$
	x_{45} – Сертифікована система менеджменту	Характеризує наявність сертифікатів на систему менеджменту	$x_{45} = 100$ – при наявності сертифікатів на систему менеджменту якості, екології і охорони праці;	$x_{45} = 100$
	x_{46} – Відгуки замовників	Враховує наявність позитивних відгуків і подяк від замовників робіт	$x_{46} = 100$ – при наявності більше трьох позитивних відгуків чи подяк замовників	$x_{46} = 100$
$x_4 = x_{41}d_{41} + x_{42}d_{42} + x_{43}d_{43} + x_{44}d_{44} + x_{45}d_{45} + x_{46}d_{46} = 100 \cdot 0,2 + 100 \cdot 0,15 + 100 \cdot 0,15 + 100 \cdot 0,15 + 100 \cdot 0,2 + 100 \cdot 0,15 = 100$				

Джерело: розроблено авторами.

$$R_{\phi} = (x_1d_1 + x_2d_2 + x_3d_3 + x_4d_4) \cdot z \quad (1)$$

де $d_1, \dots, d_n$ – коефіцієнти вагомості факторів, що визначаються експертним шляхом таким чином, щоб у ідеальному випадку $R=100$, тобто при $x_1=x_2=x_3=x_4=100$ і $d_1+d_2+d_3+d_4=1$, $z=1$.
 x_1 – фактор «Історія»; x_2 – фактор «Засоби»;
 x_3 – фактор «Кадри»; x_4 – фактор «Імідж»;
 z – коефіцієнт «Достовірність», характеризує достовірність інформації, що надана організацією. $z = 1$ – при відсутності недостовірних даних; $z = 0,7$ – при наявності недостовірних даних, не зв'язаних з навмисним умислом; $z = 0$ – при наявності недостовірних, умисно змінених даних.

Остаточна величина гудвілу ДП НДІБК станом на 01.01.2022 року складає:

$$R_{\phi} = (x_1d_1 + x_2d_2 + x_3d_3 + x_4d_4)z = ((92,5 \cdot 0,125) + (12 \cdot 0,375) + (100 \cdot 0,15) + (100 \cdot 0,35)) \cdot 1 = 66,06$$

$$R_{\phi} = 66,06$$

Висновки і пропозиції. Таким чином, у ході дослідження було визначено основні компоненти ділової репутації ДП НДІБК у довоєнний період і був запропонований розрахунок гудвілу для будівельного проектного інституту, використовуючи факторний метод.

Було визначено, що величина гудвілу ДП НДІБК станом на 01.01.2022 року довоєнного періоду становить 66,06, що є досить непоганим результатом, враховуючи, що найкраще значення, яке може набути величина гудвілу використовуючи даний метод, дорівнює 100.

Підсумовуючи, гудвіл відіграє значну роль як ключовий показник ефективності (КРІ) у світі бізнесу. Це допомагає зацікавленим сторонам зрозуміти цінність нематеріальних активів, таких як репутація та відносини з клієнтами, які сприяють успіху компанії. Розглядаючи гудвіл як ключовий показник ефективності, компанії можуть краще оцінювати свої конкурентні переваги та приймати більш обґрунтовані рішення щодо злиттів і поглинань.

Література

1. Сімова Л. О. Сучасні підходи до відображення в обліку гудвілу. URL: http://www.rusnauka.com/9_EISN_2007/Economics/21548.doc.htm.
2. Возняк Г., Беновська Л. Інтелектуальний капітал підприємств: проблеми ідентифікації та оцінки. *Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка. Серія економічна*. 2009. Вип. 41. С. 114–120.
3. Мельник Л. Ю. Управління нематеріальними активами та ефективність їх використання на підприємствах АПК : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Л. Ю. Мельник. Дніпропетровськ, 2008. 23 с.
4. Weaver W. C., Pratt S. P., Reilly R. F., Schweihs R. P. Valuing a Business: The Analysis and Appraisal of Closely Held Companies, Third Edition / *Journal of Real Estate Literature*. 1997. Vol. 5. P. 101–102. DOI: 10.1023/A:1008618024253.
5. Pires V., Trez G. Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance / *Revista de Gestão*. 2018. Vol. 25. № 1. P. 47–64. DOI: 10.1108/REGE-11-2017-005.
6. Vidaver-Cohen D. Reputation beyond the rankings: A conceptual framework for business school research / *Corporate Reputation Review*. 2007. Vol. 10. № 4. P. 278–304.
7. Zigan K. A contingency approach to the strategic management of intangible resources / *Journal of General Management*. 2013. Vol. 38. № 2. P. 79–99.
8. Швец Л. В. Інтелектуальний капітал підприємства: економічний зміст і оцінка. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.
9. Діба В. Концепції гудвілу та інтелектуальний капітал. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2010. № 3. С. 30–34.
10. Городянська Л. Гудвіл та відтворювані інтелектуальні ресурси. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 5. С. 42–49.
11. Sorokina L., Tsyfra T., Vahovich I. Modeling the Level of Implementation of BIM by Enterprises as a Means of Optimizing the Cost / *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. 2024. Vol. 195. P. 277–295. DOI: 10.1007/978-3-031-54012-7_12.
12. Bielenkova O., Stetsko M., Sorokina L., Tsyfra T., Tytok V., Kalashnikov D. Financial and Economic Basis of Ensuring the Competitive Potential of the Enterprise / *Lecture Notes in Networks and Systems*. 2023. Vol. 620. P. 324–332. DOI: 10.1007/978-3-031-26953-0_31.
13. Blakytta H., Brych V., Bondarchuk M., Danyluk L., Tsyfra T., Pysklyvets V. Capacity for Innovation Frugal: The Look from Companies Incubated in Park Technology and Inco-Working Spaces / *Studies in Systems, Decision and Control*. 2024. Vol. 223. P. 567–580. DOI: 10.1007/978-3-031-51997-0_48.
14. Бугайчук Т., Коханець А., Заушнікова М. Основні підходи до розуміння ділової репутації в сучасній зарубіжній та вітчизняній науці. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. № 70(6). С. 14–22.
15. Подольна В. В. Формування позитивного гудвілу на малих підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / В. В. Подольна. К., 2009. 17 с.
16. Yasyshena V., Pylyavets V. Model udoskonalennia orhanizatsiino-metodolohichnykh aspektiv upravlynskoho obliku nematerialnykh aktiviv ta hudvilu. *Visnyk ekonomiky – Herald of Economics*. 2024. № 1. С. 129–144. DOI: 10.35774/visnyk2024.01.129.
17. Management accounting information for decision-making and strategy execution / Atkinson A. A., Kaplan R. S., Matsumura E. M., Young S. M. 6th ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2012. – 551 p.
18. Калениченко Р. А., Коханець А. С., Сковири О. П. Особливості підтримки ділової репутації в мережі Інтернет. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. Вип. 2(60). С. 41–50.

References

1. Simova, L. O. (2007). Modern approaches to goodwill accounting [Electronic resource]. Available at: http://www.rusnauka.com/9_EISN_2007/Economics/21548.doc.htm.
2. Vozniak, H., & Benovska, L. (2009). Intellectual capital of enterprises: Problems of identification and assessment. *Bulletin of Lviv National University named after I. Franko. Economic Series*, 41, 114–120.
3. Melnyk, L. Yu. (2008). Management of intangible assets and their effective use in agricultural enterprises (PhD dissertation abstract). Dnipro, 23 p.
4. Weaver, W. C., Pratt, S. P., Reilly, R. F., & Schweihs, R. P. (1997). Valuing a Business: The Analysis and Appraisal of Closely Held Companies, Third Edition. *Journal of Real Estate Literature*, 5, 101–102. <https://doi.org/10.1023/A:1008618024253>
5. Pires, V., & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. *Revista de Gestão*, 25(1), 47–64. <https://doi.org/10.1108/REGE-11-2017-005>
6. Vidaver-Cohen, D. (2007). Reputation beyond the rankings: A conceptual framework for business school research. *Corporate Reputation Review*, 10(4), 278–304.
7. Zigan, K. (2013). A contingency approach to the strategic management of intangible resources. *Journal of General Management*, 38(2), 79–99.
8. Shvets, L. V. Intellectual capital of the enterprise: Economic content and evaluation [Electronic resource]. Available at: <http://www.nbu.gov.ua>.
9. Dyba, V. (2010). Concepts of goodwill and intellectual capital. *Accounting and Auditing*, 3, 30–34.
10. Horodianska, L. (2009). Goodwill and reproducible intellectual resources. *Accounting and Auditing*, 5, 42–49.
11. Sorokina, L., Tsyfra, T., & Vahovich, I. (2024). Modeling the level of implementation of BIM by enterprises as a means of optimizing the cost. *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*, 195, 277–295. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_12
12. Bielenkova, O., Stetsko, M., Sorokina, L., Tsyfra, T., Tytok, V., & Kalashnikov, D. (2023). Financial and economic basis of ensuring the competitive potential of the enterprise. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 620, 324–332. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26953-0_31

13. Blakyta, H., Brych, V., Bondarchuk, M., Danyluk, L., Tsyfra, T., & Pysklyvets, V. (2024). Capacity for innovation frugal: The look from companies incubated in park technology and co-working spaces. *Studies in Systems, Decision and Control*, 223, 567–580. https://doi.org/10.1007/978-3-031-51997-0_48
14. Buhaichuk, T., Kokhanets, A., & Zauzhnikova, M. (2022). Main approaches to understanding business reputation in modern foreign and domestic science. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*, 70(6), 14–22.
15. Podolna, V. V. (2009). Formation of positive goodwill in small enterprises (PhD dissertation abstract). Kyiv, 17 p.
16. Yasyshena, V., & Pylyavets, V. (2024). Model for improving organizational and methodological aspects of management accounting of intangible assets and goodwill. *Herald of Economics*, 1, 129–144. <https://doi.org/10.35774/visnyk2024.01.129>
17. Atkinson, A. A., Kaplan, R. S., Matsumura, E. M., & Young, S. M. (2012). *Management accounting information for decision-making and strategy execution* (6th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, 551 p.
18. Kalenychenko, R. A., Kokhanets, A. S., & Skovyra, O. P. (2021). Peculiarities of business reputation support on the Internet. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*, 2(60), 41–50.

BUSINESS REPUTATION AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF A DESIGN INSTITUTE

Abstract. *The influence of business reputation on the efficiency of development of the State Research Institute of Building Constructions is investigated. The economic essence of the concept “goodwill” as an intangible asset is established. The model of goodwill valuation for the construction scientific institute on the example of the State Research Institute of Building Structures is developed. To date, the assessment of business reputation has become more and more interested in enterprises due to the instability of markets. Formation of positive goodwill becomes extremely important, because positive goodwill can distinguish the enterprise among others engaged in similar activities, expand the circle of consumers, strengthen the position in the market.*

Thus, in the course of the study, the main components of the business reputation of the SE NDIBK in the pre-war period were identified and the calculation of goodwill for the construction design institute was proposed using the factor method.

The main components of the goodwill of SE NDIBK are grouped according to the following factor indicators: history (number of years on the construction and design market, rhythmic performance of scientific research and scientific design works); personnel (staff professionalism, level of education, knowledge, skills staff experience); means (material and technical base financial autonomy unfinished works); image (citation, case law of the organization, feedback from customers, information on international scientific cooperation).

It was determined that the value of goodwill of SE NDIBK as of 01.01.2022 of the pre-war period is 66.06, which is a fairly good result, given that the best value that can be obtained by the value of goodwill using this method is 100.

To summarize, goodwill plays a significant role as a key performance indicator (KPI) in the business world. It helps stakeholders understand the value of intangible assets, such as reputation and customer relationships, that contribute to a company's success. By considering goodwill as a KPI, companies can better assess their competitive advantage and make more informed decisions about mergers and acquisitions.

Key words: *business reputation, intangible assets, goodwill, factor model of business reputation assessment, research institute.*

Tsyfra T.Yu.

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor at the Department of Construction Economics

Kyiv National University of Construction and Architecture, Kyiv

Hryhanska K.V.

Researcher,

The State Research Institute of Building Constructions, Kyiv

Hut Ya.A.

Postgraduate Student of OP 051 Economics

Private Higher Educational Institution ‘European University’, Kyiv