

~ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ~

УДК: 658.15:65.011:330.13

DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-7-8-320-321-95-102>

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ

Ладиненко О. А., здобувач третього рівня вищої освіти кафедри обліку і фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна
e-mail: Oleh.Ladyненко@emmb.khpi.edu.ua
ORCID ID: 0009-0009-4295-405X

Анотація. Метою статті є поглиблення теоретичного базису у розбудові управління вартістю бізнесу та подальший розвиток теорії вартості у контексті уточнення сутності системоутворюючих понять на основі синтезу концептуальних підходів до їх тлумачення. Теоретичною та методичною основою дослідження є теорія управління вартістю, інституціональна теорія, а також методи узагальнення, аналізу та системний підхід. Інформаційно-аналітична база сформована внаслідок опрацювання законодавчих актів України, статистичних і аналітичних оглядів з питань вартісно-орієнтованого управління бізнес-процесами, наукових праць і публікацій. Доведено, що з економічного погляду поняття «вартість компанії» базується на трьох основних теоріях, а саме: теорії граничної корисності, трудовій теорії вартості та теорії ринкової оцінки вартості. Враховуючи узагальнення позицій науковців щодо інтерпретації поняття вартості бізнесу чи вартості підприємства, було виділено спільні риси, а саме: фіксовані результативні фінансові показники діяльності компанії, наявність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. На основі проведеного аналізу автором було уточнено сутність управління вартістю бізнесу, яка полягає у визначенні інтегрального економічного показника, за яким можна з'ясувати, наскільки прийняті менеджментом рішення є ефективними та впливають на всі параметри діяльності компанії.

Ключові слова: вартість, вартість бізнесу, теорія управління вартістю, конкурентоспроможність.

THE ORETICAL BASIS OF BUSINESS VALUE MANAGEMENT

Ladyненко A. Oleg, graduate of the third level of higher education of the Department of Accounting and Finance, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine
e-mail: Oleh.Ladyненко@emmb.khpi.edu.ua
ORCID ID: 0009-0009-4295-405X

Abstract. The purpose of the article is to deepen the theoretical basis in the development of business cost management and further development of the theory of cost in the context of clarifying the essence of system-forming concepts based on the synthesis of conceptual approaches to their interpretation. The theoretical and methodological basis of the research is the theory of cost management, institutional theory, as well as methods of generalization, analysis, and a systemic approach. The information and analytical base was formed as a result of the elaboration of legislative acts of Ukraine, statistical and analytical reviews on the issues of value-oriented management of business processes, scientific papers and publications. It is proved that from an economic point of view the concept of "company value" is based on three main theories, namely: theory of marginal utility, labor theory and market valuation. Taking into account the generalization of the positions of scientists regarding the interpretation of the concept of business value or enterprise value, common features were highlighted, namely: fixed effective financial indicators of activity, the presence of external and internal environmental factors. Based on the analysis carried out in the study, the author formed the essence of business cost management, which consists in defining an integral economic indicator, by which it is possible to determine how effective the decisions made by the management are and affect all parameters of the company's activity.

Key words: cost, business cost, theory of cost management, competitiveness

JEL classification: G30, G31

Постановка проблеми. Динамічні зміни макроекономічної ситуації, високий ступінь невизначеності, які характеризуються непередбачуваними змінами у суспільно-політичному та економічному середовищах, значно впливають на управлінські процеси будь-якого бізнесу. Ускладнюючим фактором такої невизначеності є та обставина, що держава не

має повноцінний контроль, оскільки такі процеси мають переважно зовнішній характер впливу. Зокрема, ключовими чинниками стають: політичні, соціально-економічні, ринкові, техніко-технологічні та інформаційні аспекти цих процесів. За таких умов раціональне управління вартістю бізнесу стає важливим завданням для забезпечення його стійкого економічного розвитку та конкурентоспроможності, адаптивності та мінімізації ринкових та інших ризиків. Вивчення природи бізнес-процесів та особливостей управління ними має ґрунтуватися на систематизованому теоретичному базисі [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні засади управління вартістю бізнесу досліджено у наукових працях вітчизняних та закордонних вчених, серед яких: В. Новіков [1], Л. Ліпич [2], І. Кривов'язюк, О. Бурбан [3], А. Сотніков [4], В. Лойко, А. Калабухова [5], І. Левчак [6], О. Нусінова [7], С. Л. Долан, (L. Dolan), С. Гарсія (S. Garcia) [8], К. Яксон (K. Jaakson) [9] та інші.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас аналіз наукової літератури свідчить, що теорія управління вартістю бізнесу потребує постійного удосконалення, з огляду на невирішені питання щодо формалізації взаємозв'язків між чинниками ринкового середовища та вартісними показниками бізнесу.

Метою статті є поглиблення теоретичного базису у розбудові управління вартістю бізнесу та подальший розвиток теорії вартості у контексті уточнення сутності системоутворюючих понять на основі синтезу концептуальних підходів до їх тлумачення.

Теоретичною та методичною основою дослідження є теорія управління вартістю, інституціональна теорія, а також методи узагальнення, аналізу та системний підхід. Інформаційно-аналітична база сформована внаслідок опрацювання законодавчих актів України, статистичних і аналітичних оглядів з питань вартісно-орієнтованого управління бізнес-процесами, наукових праць і публікацій.

Основний матеріал. У сучасних умовах господарювання підприємства розглядаються як складні та динамічні системи, які взаємодіють з іншими економічними одиницями та структурами у зовнішньому середовищі. Багаторічні дослідження дозволяють зробити висновок, що важливим аспектом у поведінці такого типу «живих систем» є визначення ключових цінностей, зокрема: економічних, які є базисом теорії управління, а також соціальних, етичних, корпоративних та індивідуальних (особистісних) тощо [2, с. 32].

Цінність або вартість є основою ефективної діяльності компанії. Більш того, категорія вартості формує важливу складову корпоративної культури, оскільки ця культура ґрунтується на колективних уявленнях щодо призначення компанії, її функціоналу, ролі та обраної поведінкової моделі. Організаційне підґрунтя дозволяє визначати спільні (корпоративні) цінності як цінності, що сприймаються усіма працівниками компанії за певним типом розуміння, їх співпраця координується та спрямовується на досягнення конкретної мети бізнес-структури. Водночас кожен член колективу має свої цілі та вигоду. У контексті спільних цінностей та примноження вартості результатом ведення бізнесу є ефективна співпраця всіх складових цього механізму. Моральний аспект свідчить про те, що спільні цінності та цілі породжують довіру. Вплив спільних цінностей на роботу членів одного колективу не завжди оцінювався як важливий чинник процесу управління вартістю компанії.

Протягом багатьох років домінуючим підходом менеджменту були інструкції та управлінські дії за програмними цілями. Тільки такі автори, як С. Л. Долан та С. С. Гарсія (S. C. Garcia), довели неадекватність та невідповідність управління за допомогою інструкцій (Management by Instructions, MBI) та управління за програмними цілями (Management by Objectives, MBO) сучасній практиці бізнесу та реаліям. Початок ХХ століття інтерпретує концепцію MBI як адекватний метод управління компанією. У той період всі зміни не характеризувалися високою динамікою та відбувалися більш повільними темпами, тому залежно від ситуації методи управління були настільки ефективними, що могли передаватися із покоління в покоління. Загалом філософія управління ґрунтувалася на моделі «зверху вниз», на основі жорсткої субординації та контролю виконання роботи [2].

Після другої світової війни, а точніше у 60-ті роки минулого століття, внаслідок відсутності достатньої гнучкості та стрімких змін компаній виникає нова концепція «менеджменту за програмними цілями» (Management by Objectives, MBO). Відповідно до цього підходу менеджери компанії самостійно обирають стратегію, з контролем і заохоченням особистих досягнень працівників. У рамках цієї концепції підвищується здатність компанії адаптуватися до невизначеностей та ризиків зовнішнього середовища, акцент зроблено на контролі та заохоченні особистих досягнень. Мета діяльності компанії за цих обставин змінюється на орієнтацією у напрямі поліпшення результатів діяльності.

Вплив науково-технічного прогресу і поява глобальної конкуренції, що характерно для кінця XX століття, призвели до формування нової концепції «менеджменту за цінностями» (Management by Values, MBV), яка ґрунтується на ідентифікації та виділенні цінностей компанії. Системи цінностей розглядаються як мотиватори і дозволяють розробити індивідуальну поведінку працівників, компанії і суспільства в цілому [8]. Це свідчить про сукупну оцінку вартості компанії як структурної одиниці ринку.

Важливо зазначити, що з еволюцією концепцій менеджменту цінності підпадають під трансформаційні процеси щодо масштабів виробництва, лояльних умов відносно компанії, конформізму та чітких правил, які характеризують початок XX століття, і демонструють перехід до оцінки індивідуальних результатів, більш раціональної поведінки суб'єктів господарювання, їх мотивації та ефективності (кінець XX століття), орієнтації на активізацію участі працівників у процесах змін в компанії, на їх постійний розвиток, підтримку креативу, взаємної довіри і відданості.

Ще однією теорією створення цінностей для зацікавлених сторін є концепція управління вартістю (VBM). VBM ґрунтується на такому підході, відповідно до якого формується взаємозв'язок між стратегічними та фінансовими системами управління компанією. Такий механізм дозволяє створити умови та забезпечити сприятливе середовище для поступової інтеграції цілей власників компанії до цілей і завдань менеджерів, що в результаті посилює конкурентні переваги і підвищує ефективність діяльності [2].

На підтвердження зростаючого інтересу та збільшення кількості досліджень, які присвячені вивченню актуальних питань категорії вартості у контексті управління бізнес-процесами, слід звернути увагу на публікаційну активність щодо цієї проблематики у базах даних Scopus [10] та Web of Science [11], динаміка якої наведена на рисунку 1.

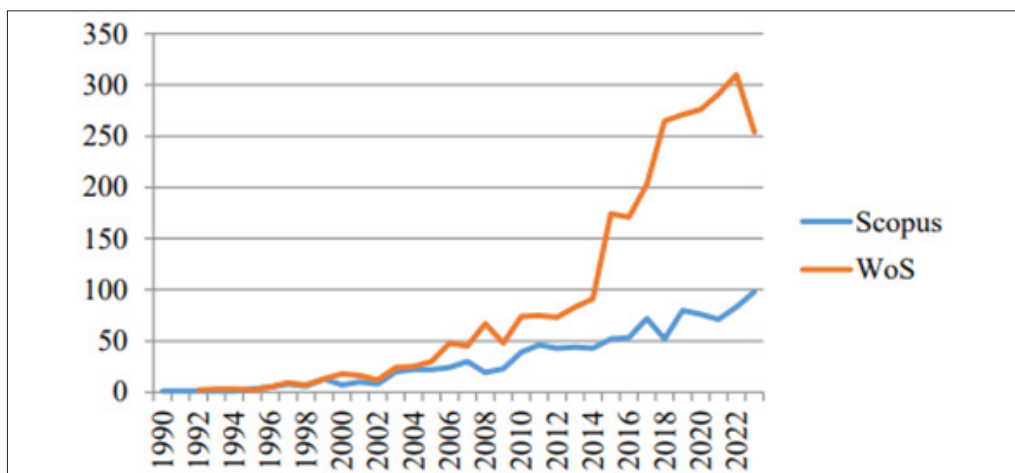


Рис. 1. Кількість публікацій у базі даних Scopus та Web of Science, що пов'язані з вартісно-орієнтованим управлінням бізнес-процесами протягом 1990-2023 років

Джерело: складено автором за даними [3]

Графіки, наведені на рисунку 1, дозволяють зробити висновок, що, за даними Scopus, з 2002 року спостерігається стійке зростання уваги науковців до досліджуваної тематики. Причому максимальна кількість публікацій за цією базою даних фіксується у 2023 році, за який було опубліковано 98 робіт з вартісно-орієнтованого управління бізнес-процесами.

За даними Web of Science пік наукової активності із зазначеного напрямку припадає на 2022 рік, коли кількість робіт склала 310. Основним імпульсом для таких змін можна вважати відхід від усталених поглядів на управління та переорієнтація на більш сучасні теорії. Середній темп зростання кількості робіт за весь період дослідження складає близько 20% за даними Scopus та Web of Science. За двадцять років кількість досліджень у наукометричній базі даних Web of Science збільшилась з 12 у 2002 році до 310 у 2022 році, та з 8 до 98 робіт за аналогічний період у базі даних Scopus, що складає 2483% та 1125% темп зростання, відповідно. Головним чином, зростання наукової активності в галузі вивчення проблем управління бізнесом, що базується на вартісно-орієнтованому підході, свідчить про концептуальні зміни науково-технологічних та соціальних моделей суспільного розвитку.

У науковому дискурсі можна сформуванати три блоки наук, сконцентрованих на категорії «вартість», як об'єкту ціннісно-орієнтованого підходу, зокрема, це: економічний, гуманітарний, технічний (рис. 2).



Рис. 2. Вираження сутності категорії «вартість» за різними науковими блоками

Джерело: складено автором за матеріалами [3]

В загальному розумінні вартість ототожнюють із величиною суспільної праці, яка віднайшла своє втілення в певному продукті. Як економічна категорія, це поняття знайшло вираження у відносинах між суб'єктами господарювання, що виникають у процесі обміну певними товарами.

З економічного погляду поняття «вартість компанії» базується на трьох основних теоріях, а саме: теорії граничної корисності, трудовій теорії вартості та теорії ринкової оцінки вартості, основні характеристики яких наведені на рисунку 2. Тобто, з огляду на основні теорії, для розуміння вартості компанії важливо мати дані щодо її ресурсного забезпечення, вартісної оцінки та прибутку. Причому важливо не ототожнювати останнє з самою вартістю, що є недоцільним і недостатнім.



Рис. 2. Характеристика основних теорій вартості компанії

Джерело: складено автором за матеріалами [1, 12-13]

Грунтуючись на рівні розвитку наукових досліджень, які формують теоретичний базис для виникнення нових підходів до трактування пов'язаних економічних категорій, доцільно провести аналіз сутності поняття «вартість підприємства» чи «вартість бізнесу», що наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз підходів вчених до трактування поняття «вартість підприємства» та «вартість бізнесу»

Автор, джерело	Визначення поняття
І. В. Кривов'язюк, О. В. Бурбан [3]	Грошове вираження справедливої цінності певного підприємства, яка сформувалася на основі вартості його матеріальних та нематеріальних активів, майбутніх грошових потоків генерованих суб'єктом господарювання, під впливом факторів його ділового середовища.
О. І. Давидов [13]	Вартість, яка формується на організованому та відкритому фондовому ринку в умовах конкуренції під впливом факторів макро- та мікрорівня.
А. В. Сотніков [4]	Найбільш поширений показник, який характеризує загальний підсумок діяльності компаній та дає висновок, що відображає суму всіх елементів і чинників.
В. В. Лойко, А. В. Калабухова [5]	Економічний критерій, що відображає інтегральний ефект впливу прийнятих рішень на всі параметри, за якими оцінюється діяльність підприємства (частка ринку і міцність конкурентної позиції, доходи, інвестиційні потреби, операційна ефективність, податковий тягар, регулювання, потоки грошових коштів, рівень ризику).
І. Левчак [6]	Результативний показник діяльності підприємства на основі аналізу фінансових показників.
О. Нусінова [7]	Економічне поняття, що стосується ціни про яку найбільш ймовірно домовляться покупці та продавці товару або послуги, доступних для придбання. Вартість інвестованого у нього капіталу, як показника за допомогою якого можна визначити прибутковість діяльності підприємства.
Н. Климаш [14]	Визначає як сукупну характеристику фінансових показників діяльності підприємства та інтересів різних учасників ринкових відносин.
О. Кривов'язюк [15]	Сумарна вартість всіх активів підприємства та вартість майбутніх грошових потоків, що можуть бути генеровані даними активами, виражена в ціні, за якою можна купити чи продати підприємство.
М. Altan [16]	Визначає це поняття з погляду ціни його купівлі-продажу за оцінками незалежних покупців і продавців, які володіють повною інформацією про підприємство і не зазнають тиску від будь-кого.
Л. Пронько, С. Березюк [17]	Грошовий вимір його економічної цінності, якості та соціальної корисності.

Джерело: складено автором за матеріалами [3-7, 13-17]

З даних таблиці 1 можна побачити, як науковці розуміють поняття вартості бізнесу чи вартості підприємства. Зокрема, можна виділити спільні риси, а саме: фіксовані результативні фінансові показники діяльності компанії, наявність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Інакше вартість компанії можна виражати через вартість його активів, що в результаті має сприяти зростанню цього показника [3]. Деякі автори прив'язують поняття вартості до операцій купівлі-продажу, які на практиці не можуть бути реалізовані без визначення ціни будь-якої угоди [7; 16]. Крім цього, існує комплексний погляд на концепцію вартості компанії, відповідно до якого її доцільно розглядати не тільки з позиції економічної цінності, а враховувати також якісні характеристики і більше того, оцінювати соціальну корисність для загальної стратегічної діяльності [17].

Облікова компонента щодо формулювання сутності поняття вартості надає декілька типів вартості активів, що зазначається у Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку та

фінансової звітності. Так, у цьому нормативному акті можна знайти: теперішню вартість, балансову, чисту вартість реалізації, справедливу вартість.

На основі проведеного аналізу автором було уточнено сутність управління вартістю бізнесу, яка полягає у визначенні інтегрального економічного показника, за яким можна з'ясувати, наскільки прийняті менеджментом рішення є ефективними та впливають на всі параметри діяльності компанії.

Висновки. За результатами проведеного дослідження було визначено, що категорія вартості формує важливу складову корпоративної культури, оскільки ця культура ґрунтується на колективних уявленнях щодо призначення компанії, її функціоналу, ролі та обраної поведінкової моделі. Організаційне підґрунтя дозволяє визначати спільні (корпоративні) цінності як цінності, що сприймаються усіма працівниками компанії за певним типом розуміння, їх співпраця координується та спрямовується на досягнення конкретної мети бізнес-структури. Теорії управління вартістю, ціннісні теорії управління надають цілу низку концепцій і підходів, кожна з яких на певному етапі еволюції демонструвала свою невідповідність сучасним умовам ринку і реаліям бізнес-середовища. Доведено, що з економічного погляду поняття «вартість компанії» базується на трьох основних теоріях, а саме: теорії граничної корисності, трудовій теорії вартості та теорії ринкової оцінки вартості.

Враховуючи узагальнення позицій науковців щодо інтерпретації поняття вартості бізнесу чи вартості підприємства, було виділено спільні риси, а саме: фіксовані результативні фінансові показники діяльності компанії, наявність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

На основі проведеного аналізу підходів вчених до трактування поняття «вартість підприємства» та «вартість бізнесу» у дослідженні автором було уточнено сутність управління вартістю бізнесу, яка полягає у визначенні інтегрального економічного показника, за яким можна з'ясувати, наскільки прийняті менеджментом рішення є ефективними та впливають на всі параметри діяльності компанії.

Подальші дослідження доцільно проводити у напрямі поглиблення методологічних та науково-методичних підходів до управління вартістю бізнесу.

Список літератури

1. Новіков В. М. Теоретико-методичні засади управління вартістю бізнесу в умовах ринкової турбулентності : дис. ... д-ра філософії : 076. Суми, 2024. 246 с.
2. Липич, Л. Концепція управління цінностями (MBV). Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. №4(24). С. 30-36. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-30-36>.
3. Кривов'язюк І. В., Бурбан О. В. Економічна сутність поняття «вартість підприємства» та детермінанти її зростання. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 99-104. 10.32702/2306-6806.2020.10.99
4. Сотніков А. В. Основні підходи та методи оцінки вартості підприємств. Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2015. № 61. С. 70–73.
5. Лойко В. В., Калабухова А. В. Оцінка бізнесу як інструмент управління вартістю підприємства. International scientific journal. 2015. № 8. С. 126-130.
6. Левчак І. Я. Вартість підприємства як критерій ефективності управління. Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. 2014. № 1. С. 104-108.
7. Нусінова О. В. Вартість підприємства як показник результатів діяльності. Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. 2011. № 2. С. 132–135.
8. Dolan S. L., Garcia S. Managing by Values: A Corporate Guide to Living, Being Alive, and Making a Living in the 21st Century. New York, 2006.
9. Jaakson K. (2009). Management by values: the analysis of influencing aspects and it's theoretical and practical implications. Estonia: University of Tartu, Tartu.
10. Наукометрична база даних Scopus. URL: <https://www.scopus.com/> (дата звернення: 15.07.2024).
11. Наукометрична база даних Web of Science. URL: <https://www.webofscience.com> (дата звернення: 15.07.2024).
12. Давиденко Н. М., Кульбач Ю. О. Теоретичні аспекти сутності вартості підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2017. № 2. С. 32–38.

13. Давидов О. І. Моделі доданої вартості підприємств: економічний зміст та особливості побудови. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 28. С. 167-172.
14. Климаш Н. І. Економічна додана вартість (EVA) та її вплив на вартість підприємства. Актуальні проблеми використання потенціалу економіки країни: світовий досвід та вітчизняні реалії: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 25 квітня 2020 р., м. Дніпро. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 115-117.
15. Кривов'язюк І. В., Волинчук Ю. В. Україна в міжнародних економічних рейтингах: посткризові синдроми чи апокаліпсис? Актуальні проблеми економіки. 2014. № 10 (160). С. 56-62.
16. Altan M., Arkan F. Relationship Between Firm Value And Financial Structure: A Study On Firms In ISE Industrial Index. Journal of Business & Economics Research (JBER). 2011. Vol. 9 (9). Pp. 61-66.
17. Пронько Л. М., Березюк С. В. Вартість і капіталізація підприємств та методи їх оцінки. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2011. Вип. 8 (29). Частина 1. С. 384-391.

References

1. Novikov, V. M. (2024). Theoretical and methodological principles of business cost management in conditions of market turbulence (Ph.D. Thesis). Entrepreneurship, trade and exchange activity. Sumy: Sumy State University. [In Ukrainian].
2. Lypych, L. (2020). The concept of value management (MBV). Ekonomichniy chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky, 4(24), 30-36. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-30-36>. [In Ukrainian].
3. Kryvoviazziuk, I. V., & Burban, O. V. (2020). The economic essence of the concept of "enterprise value" and determinants of its growth. Ekonomika ta derzhava, 10, 99-104. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.10.99>. [In Ukrainian].
4. Sotnikov, A. V. (2015). Main approaches and methods of estimating the value of enterprises. Aktualni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpriemstva, 61, 70-73. [In Ukrainian].
5. Loiko, V. V., & Kalabukhova, A. V. (2015). Business valuation as a tool for enterprise cost management. International scientific journal, 8, 126-130. [In Ukrainian].
6. Levchak, I. Ya. (2014). Enterprise value as a criterion of management efficiency. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Ser.: Ekonomika, 1, 104-108. [In Ukrainian].
7. Nusinova, O. V. (2011). Enterprise value as an indicator of activity results. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Ser.: Ekonomika, 2, 132-135. [In Ukrainian].
8. Dolan, S. L., & Garcia, S. (2006). Managing by Values: A Corporate Guide to Living, Being Alive, and Making a Living in the 21st Century. New York.
9. Jaakson, K. (2009). Management by values: the analysis of influencing aspects and its theoretical and practical implications. Estonia: University of Tartu, Tartu.
10. Naukometrychna baza danykh Scopus. Retrieved from <https://www.scopus.com/> (accessed 15 July 2024).
11. Naukometrychna baza danykh Web of Science. Retrieved from <https://www.webofscience.com> (accessed 15 July 2024).
12. Davydenko, N. M., & Kulbach, Yu. O. (2017). Theoretical aspects of the essence of enterprise value. Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky, 2, 32-38. [In Ukrainian].
13. Davydov, O. I. (2017). Models of the added value of enterprises: economic content and peculiarities of construction. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu, 28, 167-172. [In Ukrainian].
14. Klymash, N. I. (2020). Economic Value Added (EVA) and its impact on enterprise value. Materialy IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Actual problems of using the potential of the country's economy: world experience and domestic realities], IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia [IV International Scientific and Practical Conference]. Dnipro: PDABA, 115-117. [In Ukrainian].
15. Kryvoviazziuk, I. V., & Volynchuk, Yu. V. (2014). Ukraine in international economic rankings: post-crisis syndromes or apocalypse? Aktualni problemy ekonomiky, 10 (160), 56-62. [In Ukrainian].

16. Altan, M., & Arkan, F. (2011). Relationship Between Firm Value And Financial Structure: A Study On Firms In ISE Industrial Index. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 9 (9), 61-66. [In Ukrainian].
17. Pronko, L. M., & Bereziuk, S. V. (2011). The cost and capitalization of enterprises and methods of their evaluation *Ekonomichni nauky. Seriia «Oblik i finansy*, 8 (29), 1, 384-391. [In Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 06.08.2024

Прийнята до публікації 11.08.2024