

УДК 657.3:334.7.012.61

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-4>**Замазій О.В.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Хмельницького національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7537-9025>

Oksana Zamazii

Khmelnytsky National University

АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ASPECTS OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR MANAGEMENT OF THE MARKET PARTY OF SUBJECTS OF GOVERNMENT

Анотація. Досліджено поділ суб'єктів господарювання в Україні згідно чинного законодавства. Доведено, що трансформація законодавства та його поділ на облікове і податкове допускає використання таких категорій як «підприємство» та «суб'єкт підприємництва» у якості тотожних понять у рамках управління. Проте при обрахунку ринкової вартості суб'єкта господарювання категорійний апарат теорії управління, опираючись на базу аналізу – дані фінансового обліку, зазнає певних проблем. Вузькі місця при формування стратегії управління вартістю, зокрема, бізнесу, як виду підприємницької діяльності, виникають через специфічність, унікальність його діяльності, з одного боку, та відсутністю співставних облік ових даних у разі аналізу суб'єктів- підприємництва – фізичних осіб, з іншого. Тому при формуванні рівневої структури факторів формування вартості одиниці господарювання необхідно враховувати і поділ суб'єктів господарювання згідно чинного законодавства.

Ключові слова: підприємство, суб'єкт підприємництва, ринкова вартість підприємства, фінансова звітність, бухгалтерський облік.

Abstract. The article explores the types of enterprises and entrepreneurship in Ukraine. Such separation was carried out in accordance with the current legislation. It is proved that the constant change in the country's legislation leads to some inconsistencies in the accounting and tax aspects. This situation makes it possible to use such categories as "enterprise" and "subject of entrepreneurial activity" as identical concepts within the framework of management. Accounting data is the basis for calculating the market value of an economic entity. This is problem. Since entrepreneurial activity is a specific, unique activity. This complicates the unification of the methodology for calculating the value of the enterprise. This situation arises even at the stage of determining the main factors affecting the calculation of the value of an enterprise or entrepreneurship. The process of determining the cost factors of an enterprise includes the following stages: recognition, establishment of priorities, and institutionalization. The scheme of cost parameters must be drawn up at the recognition stage. It will show the systematic connection of enterprise elements with the value creation process. The establishment of priorities presupposes the definition of cost factors that have the greatest impact on cost. The stage of institutionalization is based on the determination of cost factors in the legislative system of the country. Certain principles are formed based on this division into stages of cost factors. First, the factors that form the value of the enterprise must be directly related to the creation of value at all levels of the enterprise (at all levels of the organizational structure). Secondly, it is necessary to take into account not only financial factors, but also operational ones. Thirdly, the factors that form the value of the enterprise should reflect both current activity and long-term growth prospects. Such a level structure in the formation of key factors allows to determine the real amount of the value of the enterprise or entrepreneurship as accurately as possible.

Keywords: enterprise, entrepreneurship, market value of the enterprise, financial reporting, accounting.

Постановка проблеми. За сучасних умов господарювання, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби між товаровиробниками, питання визначення реальної ринкової вартості підприємства повинно займати провідне місце у його менеджменті. Вартість підприємства виступає не лише комплексним критерієм, що відображає сукупну характеристику фінансових показників діяльності підприємства, але й свідчить про нарощення обсягів виробництва і посилення конкурентних позицій підприємства на ринку. Визначення ринкової вартості підприємства особливо актуальним є для суб'єктів малого і середнього бізнесу, що може слугувати вагомим чинником у залученні коштів для розширення і нарощення своїх потужностей шляхом як вітчизняних, так і іноземних інвестицій. З іншого боку, максимізація ринкової вартості можлива за умови всебічного визначення і повного врахування

основних факторів впливу(формування) вартості будь-якого суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі формування ринкової вартості присвячена низка напрацювань від класиків економічної думки (А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Дж. М. Кейнс, П. Самуельсон), що займалися дослідженням різних концепцій вартості товару, до адаптації даних напрацювань у дослідженні вартості підприємства (М. Блауг, Т. Коулленд, В. Майер Маршалл, П. Мілгром, Ф. Пратт) [1]. Серед вітчизняних економістів слід відмітити роботи Т. Момот, О. Мендрула, О. Терещенко та ін., що здебільшого акцентують увагу на методологічних аспектах формування фінансових потоків у визначенні вартості бізнесу [2; 3; 4]. Проте, як свідчить аналіз ринкової діяльності вітчизняних підприємств, незважаючи на розуміння важливості

проблеми підвищення ринкової вартості підприємства для підвищення ефективності використання фінансових ресурсів та посилення конкурентоспроможності (П. Біленький, З. Варналій, Л. Воротино, М. Долишній, М. Козоріз, С. Реверчук), у вітчизняного менеджменту ще не склалося чіткого розуміння ролі оціночної діяльності в системі управління фінансами підприємства та врахування розміру впливу чинників на величину вартості різних об'єктів власності [5].

Тому **метою статті** є дослідження факторів впливу на величину вартості суб'єкта господарювання залежно від його виду та масштабу діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес реформування відносин власності, що є перманентним в будь-якій країні, передбачає розподіл функцій володіння і управління окремими суб'єктами господарювання. Власники бізнесу (здебільшого фізичні особи) відходять від оперативного управління. Це пов'язано, з одного боку, із диверсифікацію власних заощаджень з метою мінімізації ризику їх повної втрати, так і, з іншого боку, з бажанням примножити свої базові активи шляхом інвестування у інші види діяльності. За таких умов на перший план виходить не стільки бажання власників отримувати високу заробітну плату, скільки нарощення ринкової вартості активів, що їм належать.

Здатність власників капіталу самостійно, ініціативно, систематично, на власний ризик діяти з метою досягнення економічних результатів (одержання прибутку) характеризується як підприємливість, а вид діяльності як підприємництво. Саме підприємництво наглядно відображає відносини, що склалися в суспільстві, між різними елементами ринку – власниками капіталу (виробниками) і споживачами; між формами власності та засобами і предметами виробництва. Таким чином, під підприємництвом розуміють господарську діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів, що проявляються у одержанні прибутку. Суб'єктів підприємництва вважають підприємцями, що, здебільшого, на ринку країни представлені малими та середніми підприємствами. Проте слід зазначити, що в Україні відбувається термінологічна плутанина між категоріями «підприємства» та «суб'єктами підприємництва», що здебільшого спричинена зміною законодавства країни.

Хронологія за останні 10 років у законодавстві України наступна. Так, 19 квітня 2012 року на зміну Закону № 2063 «Про державну підтримку малого підприємництва», що визначав правові засади державної підтримки суб'єктів малого підприємництва, прийшов Закон № 4618 «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Окрім того, що даний Закон № 4618 здебільшого визначає коло осіб, які є суб'єктами малого підприємництва, та окреслює суб'єктів господарювання, які не можуть претендувати на державну підтримку, згідно з п. 2 ч. 1 ст. 4 даного закону одним з основних напрямів державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні було впровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, установленим податковим законодавством [6]. Більш детальна класифікація суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва була запропонована у ч. 3

ст. 55 Господарського кодексу України, що об'єднала в собі визначення суб'єктів малого підприємництва, яке раніше існувало у ст. 1 Закону № 2063, із колишньою класифікацією підприємств на малі, середні та великі з ч. 7 ст. 63 даного Кодексу [7].

Проте, на сьогодні останню норму з Господарського кодексу виключено, залишивши її при цьому у Законі України Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Це призвело до зникнення з вітчизняного правового поля визначень малого, середнього та великого підприємства, якими продовжують оперувати інші законодавчі акти, зокрема, Податковий кодекс України.

Розподіл між даними категоріями підприємств відбувається на базі середньої кількості працюючих та суми доходу в євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Згідно ч. 2 ст. 2 Закону № 996 великими є підприємства, балансова вартість активів яких складає понад 20 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро; а середня кількість працівників – понад 250 осіб. Середніми є підприємства, відповідно балансова вартість активів яких – до 20 мільйонів євро включно; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 40 мільйонів євро включно; середня кількість працівників – до 250 осіб включно. При чому балансова вартість активів малих складає до 4 мільйонів євро включно; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро включно; а середня кількість працівників – до 50 осіб включно [8].

Господарський Кодекс України (ст. 55) регулює поняття суб'єктів господарювання. Залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік виокремлюються суб'єкти великого, середнього та малого підприємництва, у тому числі і мікропідприємства.

Суб'єктами мікропідприємництва є, в першу чергу, фізичні особи. Вони повинні бути зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці. При чому необхідно дотримуватися і наступних критеріїв: середньої кількості працівників за звітний період (календарний рік) не більше 10 осіб та річного доходу від будь-якої діяльності не більше 2 мільйонів євро, за середньорічним курсом Національного банку України.

До суб'єктів мікропідприємництва можуть відноситись і юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності. При цьому середня кількість їх працівників за звітний період (календарний рік) не повинна перевищувати 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не більше 2 мільйонів євро, за середньорічним курсом Національного банку України.

Відповідно суб'єктами малого підприємництва це і фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, і юридичні особи із середньою кількістю працівників за звітний період (календарний рік) не більше 50 осіб та річним доходом від будь-якої діяльності не більше 10 мільйонів євро, за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є лише юридичні особи, із середньою кількістю працівників за звітний період (календарний рік) не більше 250 осіб

та річним доходом від будь-якої діяльності не більше 50 мільйонів євро, за середньорічним курсом Національного банку України (табл. 1) [6; 7; 8].

Вочевидь, такий поділ суб'єктів господарювання у країні, а особливо включення до суб'єктів підприємництва і юридичних осіб з не значними відхиленнями у критеріях призводить до підміни у визначеннях, та допускає оперування даними категоріями як синонімами, особливо на теренах економічної думки. А активи, що задіяні як у власному (малому та середньому бізнесі), так фінанси достатньо великих і потужних підприємств потребують відповідного інструментарію управління. Отже, видається доцільним вважати, що в рамках теорії управління підприємством та в практичних рекомендаціях щодо управління вартістю будь-якого суб'єкта господарювання, управління вартістю такого суб'єкта необхідно починати із визначення стратегічних цілей і розробки системи показників, що забезпечує керівників релевантною інформацією про результати роботи їх менеджерів.

Проте, видається доцільним зауважити, що побудова сучасної системи показників базується на стандартних схемах фінансового аналізу. Ефективність же управління вартістю підприємництва досягатиметься при використанні відповідних методів та прийомів, що враховують ключові фактори вартості. Такими доцільно вважати ті фактори, які підлягають визначенню та корегуванню менеджментом підприємства та спричиняють максимальний вплив на зміни вартості підприємства. Управління вартістю бізнесу, вартістю про який видається доцільним говорити, при означенні вартості суб'єкта підприємництва, що може бути і фізичною особою, вочевидь, вимагатимуть особливих підходів у формуванні стратегії оцінки такого роду діяльності із врахуванням кожного конкретного випадку, виду діяльності. Тому, розглянемо безпосередньо фактори вартості як підприємства, так і підприємництва. Визначимо, які із загальноприйнятих факторів у вартості суб'єкта господарювання, яким чином впливають безпосередньо на його кінцеву вартість.

Фактори вартості підприємства це – умови, причини, параметри, показники, які спричиняють вплив на процес утворення вартості підприємства і результат

даного процесу (прибутковість підприємства, можливі ризики, доходи і витрати власника, інвестора).

Система факторів вартості на великих підприємствах може містити велику кількість факторів, управління якими потребує значних матеріальних витрат. Тому при визначенні вартості підприємства доцільно враховувати ключові фактори вартості, 20% яких за «принципом Парето» формує 80% вартості. Існують безліч класифікацій даних факторів на внутрішні (зростання продажів, чистого прибутку та окремих статей звіту про фінансові результати, балансу) та зовнішні (рівень фінансових, виробничих, маркетингових та інших видів ризиків, рівень попиту на продукцію підприємства, політичні чинники, конкуренція тощо), фінансові (обсяг продажів, собівартість, розмір дебіторської заборгованості, запасів та інші чинники) та нефінансові (ділова репутація, наявність торгової марки, кваліфікація персоналу тощо) тощо. Проте у разі визначення вартості підприємства їх склад формується індивідуально для кожного господарюючого суб'єкта, при цьому розрахунок впливу кожного з них проводиться в комплексі один з одним, враховуючи їх взаємозв'язок і взаємозалежність. Проблема криється у тому, що складанню об'єктивної основи управління вартістю підприємства заважають труднощі у визначенні співвідпорядкованості всіх обраних для окремого суб'єкта господарювання ключових факторів вартості. Тому виявлення і вимір ступеня їх зміни і впливу на вартість вимагає ретельної і ґрунтовної обробки усіх вартісних (числових) даних. І якщо для юридичних осіб різної форми господарювання таку систему факторів видається доцільним уніфікувати залежно від виду діяльності, наприклад, базою при цьому вважаючи дані фінансового обліку і звітності, що є уніфікованою. Для суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у формі підприємництва, така задача ускладнюється, що обумовлене, в першу чергу, специфікою і унікальністю кожного виду діяльності.

Процес визначення факторів вартості Т. Коупленд поділяє на три стадії: розпізнавання, встановлення пріоритетів та інституціоналізація. На стадії розпізнавання необхідно скласти схему параметрів вартості,

Таблиця 1 – Види підприємств і підприємництва в Україні

Категорія Підприємства (Закон України № 996-XIV)	Критерії оцінки за рік, що передувє звітному		
	Балансова вартість активів, євро*	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), євро*	Середня кількість працівників, осіб
Мікропідприємства	До 350 тис	До 700 тис	10
Малі	До 4 млн	До 8 млн	До 50
Середні	До 20 млн	До 40 млн	До 250
Великі	Понад 20 млн	Понад 40 млн	Понад 250
Категорія Підприємництва(ГКУ)		Річний дохід від будь-якої діяльності	Середня кількість працівників, осіб
Мікропідприємства		До 2 млн	До 10
Малі		До 10 млн	До 50
Середні		Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва.	
Велике		Понад 50 млн	Понад 250

* Згідно офіційного курсу гривні до іноземної валюти (середній за період), на підставі чинного курсу НБУ

які виявлять систематичний зв'язок елементів підприємства з процесом створення вартості, а потім звести її в єдину схему. Встановлення пріоритетів передбачає визначення факторів вартості, які максимально впливають на вартість. Стадія інституціоналізації заснована на застосуванні факторів вартості у системі визначення вартості [9, с. 115–120].

Правильне визначення факторів вартості, за Т. Коуплендом, вимагає дотримання трьох принципів [9, с. 115].

По-перше, фактори вартості мають бути безпосередньо пов'язані із створенням вартості на всіх рівнях підприємства (всіх ланках організаційної структури). Даний принцип включає в себе єдність мети – зростання вартості підприємства для всіх працівників підприємства, як для керівників, так і для рядових співробітників.

По-друге, необхідно враховувати не лише фінансові фактори, але й операційні. Адже відомо, що фінансові фактори, здебільшого, базуються на фінансових показниках, які відображають результати ефективності діяльності за минулі періоди. Вони допомагають проведенню зовнішніх порівнянь відповідних показників середньогалузевих значень або значень з аналогічними підприємствами, не розкриваючи при цьому для аналізу шляхи досягнення даних результатів. Фактори, що проявляються в операційній формі, більш складні і всеосяжні і націлені на майбутні фінансові результати. Нефінансові показники – це довгострокові показники, які дають результати не відразу, а тільки після завершення певного періоду діяльності підприємства. Нефінансові показники носять описовий характер, характеризують процеси функціонування і безпосередньо не впливають на формування вартості. Проте вони характеризують підприємство і дають основу для розрахунку фінансових показників. Тому, фінансові та нефінансові показники необхідно використовувати в сукупності один з одним.

По-третє, фактори вартості повинні відображати як поточну діяльність, так і довгострокові перспективи зростання. Це можуть бути такі фактори, як терміни впровадження нового виробничого процесу., розвиток НДДКР, частка на ринку, оновлення автопарку, розширення скорочення активів

Опираючись на напрацювання в даній галузі сучасних економістів, погоджуємось з тим твердженням, що пріоритети і ключові фактори у визначенні вартості суб'єкта господарювання мають рівневу структуру [8]. Вважаємо доцільним дане твердження адаптувати до реалій українського бізнесу, погодивши процеси вибору факторів із реальними звітними даними суб'єкта господарювання.

Відомо, що у переважній своїй більшості фактори, що визначають вартість суб'єкта підприємництва базуються на аналітичних даних, які формуються у фінансовій звітності підприємства. Адаптуючи положення економічної теорії та управління до реальних даних підприємства – фінансових показників, слід звернути увагу на нормативно-законодавчу базу з бухгалтерського обліку країни.

Формування облікової інформації для прийняття правильних і своєчасних управлінських рішень відбувається у фінансовій звітності. Згідно Закону України Про бухгалтерський облік та фінансову звітність

в Україні та Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» основна діяльність підприємства, як діяльність, яка містить операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (робіт, послуг), та є головною метою створення підприємства. Вона передбачає проведення операційної діяльності. Окрім того Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) № 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» оперує поняттями інвестиційна та фінансова діяльність. Такий підхід дозволяє акумулювати дані, що є вартісним вираженням ключових факторів успіху саме у розрізі даних видів діяльності. На нашу думку, видається припустимим стверджувати, що це є базовим рівнем у визначенні факторів формування вартості суб'єкта господарювання. Проте, достатньо вузьким місцем є непристосованість системи звітності підприємств для того, щоб забезпечувати потрібною інформацією менеджмент підприємства, так би мовити, у чистому вигляді. Розпорошеність аналітичних даних по формах звітності ускладнює їх збирання і обробку. Це потребує розроблення чіткого інструментарію щодо систематизації такої інформації, що могло б бути основою у прийнятті управлінських рішень. І значно ускладнює задачу збору інформації за видами діяльності у випадку аналізу діяльності суб'єкта господарювання. Оскільки законодавчо такого поділу не відбувається.

Оскільки первинні дані, отримані на початковому етапі дають лише загальну картину щодо діяльності підприємства, пропонуємо на другому рівні визначати фактори, що безпосередньо пов'язані із перспективами розвитку основної виробничої діяльності підприємства. Тут необхідна прив'язка до життєвого циклу бізнесу, що передбачає врахування виду стратегії розвитку підприємства. Отримані показники на даному етапі можуть містити певні прогностичні розрахункові моделі, що наближають до визначення реальної вартості підприємства. Цей етап є найбільш прийнятним і для суб'єктів підприємства. Оскільки моделювання дозволяє у рамках стандартної моделі оперувати визначенням уніфікованим набором факторів, що формують вартість конкретного бізнесу.

На останньому рівні визначення факторів вартості суб'єкта підприємництва відбувається визначення рейтингу їх впливу на величину вартості підприємства. Як свідчить практика, для визначення реальної картини щодо величини вартості підприємства достатньо 5–10 ключових факторів (верхня межа може досягати 20). При цьому необхідно також враховувати і якість фактора – позитивний вплив він спричиняє на формування вартості чи негативний. Такий аналіз можливий лише при більш ретельному і детальному розгляді та вивченню діяльності підприємства, що потребує залучення відповідних експертів з даного питання. Наприклад, бальна оцінка факторів впливу на вартість підприємства дозволить їх ранжувати і виділити серед них ключові. Проте фактори вартості цілком залежать від якості і кількості наявної інформації: чим більш повна інформація є, тим ранжування факторів за значимістю, що роблять вплив на вартість підприємства сьогодні і в перспективі, буде більш точним.

Висновки. Підводячи підсумки слід зазначити, класифікація типів підприємств згідно чинного законодав-

ства в Україні ускладнює процес управління вартістю підприємства через неможливість уніфікації факторів та чинників формування цієї вартості. Розбіжності у визначенні розміру підприємства, що зазначені у чинному фінансовому і податковому законодавстві в країні призводять до не лише до проблем у звітуванні та оподаткуванні діяльності таких господарських суб'єктів, але й ускладнюють механізм управління їх вартістю

через неможливість стандартизації та універсальності такої методики. Опираючись на теорію менеджменту у встановленні пріоритетів – визначенні факторів, які чинять найбільш сильний вплив на вартість суб'єкта господарювання доцільно не лише рівневі виокремлення таких факторів, але й врахування виробничо-організаційної структури суб'єкта господарювання (підприємства чи суб'єкта підприємництва).

Бібліографічний список:

1. Маршалл А. А. Принципы экономической науки / Пер. с англ. Москва : Изд. группа «Прогресс», 1993. С. 349–358.
2. Терещенко О. А. Дискриминантная модель интегральной оценки финансового положения предприятия. *Вопросы экономики*. 2003. № 7. С. 38–44.
3. Терещенко О. О., Стецько М. В. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту. *Фінанси України*. 2009. № 3. С. 91–99.
4. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств : монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 272 с.
5. Варналій З. С., Серебрянский Д. М. Вплив оподаткування прибутку на економічний розвиток України. *Економіка України*. 2010. № 5. С. 55–69.
6. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 3, ст. 23) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 14.02.2023).
7. Господарський Кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення: 14.02.2023).
8. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». *Відомості Верховної Ради України*. 1999. № 40, ст. 365). URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/203480__592417 (дата звернення: 15.02.2023).
9. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление: пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2005. 576 с.

References:

1. Marshall, A. A. (1993) *Pryntsypy ékonomycheskyoy nauky* [Principles of economic science]: Trans. with Eng. Moscow: Publishing group "Progress". P. 349–358.
2. Tereshchenko, O. A. (2003) *Dyskrymynantnaya model' yntehr'al'noy otsenky fynansovoho polozhenyya predpryyatyya* [Discriminant model of the integral assessment of the financial position of the enterprise]. *Voprosy ekonomyyi*. Vol. 7. P. 38–44.
3. Tereshchenko, O. O. and Stetsko, M. V. (2009) *Upravlinnya vartystyu pidpryyemstva v systemi finansovoho menedzhmentu* [Management enterprise's value in the financial management system]. *Finansy Ukrainy*. Vol. 3. P. 91–99.
4. Mendrul, O. G. (2002) *Upravlinnya vartystyu pidpryyemstv* [Management enterprise's value]; Monograph. Kyiv: KNEU. 272 p.
5. Varnalii, Z. S. and Serebryansky, D. M. (2010) *Vplyv opodatkovannya prybutku na ekonomichnyy rozvytok Ukrainy* [The impact of income taxation on the economic development of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*. Vol. 5. P. 55–69.
6. *Zakon Ukrainy «Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini»*. (2013) [The Law of Ukraine “On the Development and State Support of Small and Medium Enterprises in Ukraine”] *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*. Vol. 3, Article 23. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (accessed 14 February 2023).
7. *Hospodars'kyi Kodeks Ukrainy* (2003) [Economic Code of Ukraine] *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*. Vol. 18. Vol. 19–20, Vol. 21–22. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua> (accessed 14 February 2023).
8. *Zakon Ukrainy «Pro bukhhalters'kyi oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini»* (1999) [Law of Ukraine On Accounting and Financial Reporting in Ukraine]. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*. Vol. 40, Article 365. Available at: https://zakononline.com.ua/documents/show/203480__592417 (accessed 15 February 2023).
9. Copeland, T., Koller, T. and Murrin J. (2005) *Stoymost' kompanyy: otsenka y upravlenye* [Cost of companies: assessment and management]: trans. with English. Moscow: Olymp-Business. 576 p.

Стаття надійшла до редакції 23.02.2023