

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Бойко В.В., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна

Любарська Н.В., Національний транспортний університет, Київ, Україна

## BASIC APPROACH TO NATURE OF THE CATEGORY "ENTERPRISE VALUE"

Boyko V.V., Ph.D., National Transport University, Kyiv, Ukraine

Lyubarska N.V., National Transport University, Kyiv, Ukraine

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К СУЩНОСТИ КАТЕГОРИИ «СТОИМОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Бойко В.В., кандидат экономических наук, Национальный транспортный университет, Киев, Украина

Любарская Н.В., Национальный транспортный университет, Киев, Украина

### **Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.**

На теперішній час переважна більшість вітчизняних підприємств, в тому числі автомобільного транспорту, знаходиться у приватній (колективній) власності, що зумовлює актуальність пошуку нових критеріїв прийняття управлінських рішень. Вартість як економічна категорія може використовуватись на всіх рівнях управління підприємством як критерій ефективності та бути мірою результативності діяльності зацікавлених осіб ( власників, керівників, менеджерів).

Управління підприємством, орієнтоване на зростання його вартості, знаходить все більшу підтримку на відміну від спрямованості на досягнення певного рівня рентабельності, темпів росту доходів, частки на ринку.

Отже, розуміння сутності «вартості підприємства» як економічної категорії дозволяє обґрунтувати теоретичні засади управління вартістю підприємства в сучасних умовах господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вартість як економічна категорія завжди була в центрі уваги економічної наукової думки, тому що у вартості інтегровані головні економічні та фінансові індикатори, що досить повно відображають внутрішні бізнес-процеси, рівень розвитку господарюючого суб'єкта, його конкурентоспроможність, збалансованість інтересів різних учасників ринкових відносин.

Дослідження питань оцінки вартості підприємства є предметом наукових розробок таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як: Хіггінс Р., Коупленд Т., Коллер Т., Френк Ч. Еванс, Девід М. Бішоп, О.Г. Мендрул, Н.В. Тертична, А.Г. Грязнова, Г.І. Сичова, М. Туган-Барановський та інших.

В той же час, незважаючи на значний інтерес науковців до питань оцінки вартості підприємства, відсутня єдність підходів до розуміння економіко-теоретичної сутності категорії «вартість підприємства», яка ототожнюється в науковій літературі з ціною, цінністю, корисністю. Отже, виникає необхідність теоретично обґрунтувати підходи до поняття «вартість підприємства».

**Формулювання цілі статті.** Мета статті полягає в уточненні сутності поняття «вартість підприємства» шляхом усунення неоднозначності у трактуванні окремих його складових.

### **Виклад основного матеріалу статті з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.**

Підприємство, що працює на ринку можна розглядати як об'єкт купівлі-продажу, а отже – як особливий вид товару, що спроможний задовольняти виняткову потребу економічних суб'єктів у зростанні їх матеріального благополуччя.

Особливістю підприємства як товару є те, що:

- підприємство є інвестиційним товаром, вкладення у який здійснюється з метою віддачі у майбутньому;
- підприємство є системою і продаватися може як вся система у цілому, так і окремі її складові;
- потреба в підприємстві залежить від процесів, які відбуваються всередині і в його зовнішньому оточенні.

Підприємство в економічній літературі визначено як самостійний господарюючий суб'єкт з правами юридичної особи, який на основі використання трудовим колективом майна виробляє та реалізує продукцію, виконує роботи, надає послуги [4]. Відповідно до Цивільного кодексу України (ст. 191) підприємство визначено єдиним майновим комплексом, що використовується для здійснення підприємницької діяльності [15].

Аналіз наукової літератури дозволив встановити, що підприємство як об'єкт оцінки може розглядатись у двох формах: як цілісний майновий комплекс і як бізнес, який представляє собою діяльність, що приносить певну вигоду [1; 9; 11; 12].

У першому аспекті «вартість підприємства» розуміється як вартість всього майна оцінюваного підприємства, яке може бути сформовано як за рахунок власного, так і позикового капіталу. До вартості майна підприємства включаються всі матеріальні та нематеріальні активи, призначені для його діяльності. Таким чином, вартість підприємства визначається вартістю його активів і структурою капіталу, що зростає зі збільшенням елементів майна.

За другим аспектом підприємство характеризується як об'єкт власності, який може мати вартість, якщо є корисним своєму власникові. Отже, вартість підприємства в цьому випадку розглядається як вигода від конкретної діяльності, організованої в межах певної організаційно-правової форми.

Таким чином, об'єктом оцінки є діюче підприємство на базі цілісного майнового комплексу, здатного приносити вигоду його власникові.

Дослідження еволюції наукової думки щодо економічної природи поняття «вартість» дозволило встановити, що історично склалися три підходи до визначення поняття «вартість»: трудова теорія вартості, теорія граничної корисності і теорія взаємодії попиту та пропозиції, основні положення яких представлені в таблиці.

Таблиця – Підходи до визначення категорії «вартість»

Науковий підхід до визначення поняття «вартість»	Представники теорії	Погляди на визначення «вартість»	Тлумачення поняття вартість вченими-послідовниками
Трудова теорія вартості	У.Петті, А.Сміт, Д.Рікардо, К.Маркс	Джерелом вартості визначено працю, а її величину пов'язано із витратами праці (предметами, засобами праці, робочою силою, факторами виробництва: працею, землею, капіталом) на виробництво товару.	Вартість, як економічна категорія, виражає уречевлену в товарах та послугах суспільно необхідну працю та економічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що пов'язані суспільним поділом праці й обміном товарами і послугами [2].
			Вартість – уречевлена в товарах праця, що виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продукції, котрими вони обмінюються як товарами [10].

Науковий підхід до визначення поняття «вартість»	Представники теорії	Погляди на визначення «вартість»	Тлумачення поняття вартість вченими-послідовниками
Теорія граничної корисності	Г.Госсен, У.С. Джевонс, Є.Бем-Баверк, К.Менгер	Вартість товарів визначається суб'єктивною цінністю, виходячи з можливостей товарів задовольняти потреби споживачів.	Вартість – виражений у грошових одиницях визнаний еквівалент, ймовірнісну величину, що визначається розрахунковим шляхом на основі прогнозування подій на конкретний момент часу через оцінку критеріїв цінності та значущості [7].
			Вартість – інтегральна характеристика, що відображає вектор розвитку підприємства та спроможність генерувати цінності для різних груп учасників ринкових відносин [13].
Теорія взаємодії попиту та пропозиції	А. Маршал, П. Самуельсон, Д. Лодердель	Вартість визначається на основі попиту та пропозиції: ціна попиту визначається корисністю товару, ціна пропозиції обґрунтовується витратами, що мають забезпечити компенсацію за трудові зусилля (заробітна плата), очікування (процент), ризик (підприємницький дохід). Джерелами вартості визначено витрати та корисність, що є однаково значущими.	Вартість є вираженою у грошових одиницях цінністю товарів та послуг, яка може суттєво коливатись під впливом пропозиції товарів та послуг на ринку та величини платоспроможного попиту на них [16].
			Вартість – виражена в грошах цінність будь-чого або величина витрат на будь-що [5].

Таким чином, три підходи до визначення поняття «вартість» пропонують еквівалент обміну одного товару на інший. Міра еквівалента обміну трактується в них по-різному.

За трудовою теорією вартість відображає розмір тих зусиль, які витрачені на створення товару, і є мірою затрат суспільно необхідної праці, які матеріалізовані в ньому. Вартість підприємства за цією теорією може визначатися як вартість його майна.

За теорією граничної корисності вартість визначається через суб'єктивне сприйняття товару споживачем – його корисністю. Як і будь-який товар підприємство повинно мати корисність для покупця – властивість приносити дохід власнику від функціонування на ринку.

Теорія взаємодії попиту та пропозиції дозволяє встановити вартість товару на базі рівноваги ринкових сил. Ця теорія є синтезом попередніх двох підходів. З боку попиту – ринкові сили відображають граничну корисність, а з боку пропозиції – витрати виробництва. Таким чином, з накопиченням даних про фактичні угоди по купівлі-продажу аналогічних підприємств на ринку вартість підприємства встановлюється на основі попиту і пропозиції.

Розглядаючи поняття «вартість підприємства» важливим є не ототожнювати його з поняттями «ціна підприємства», «цінність підприємства» та «корисність підприємства».

Відмінність між вартістю і ціною підкреслюють А.Т. Грязнова та М.А. Федотова, які зазначають, що «ціна – це показник, що позначає грошову суму, яка необхідна, очікувана чи сплачена

за деякий товар або послугу. Вона є історичним фактом, тобто відноситься до певного моменту й місця. Залежно від фінансових можливостей, мотивів чи особливих конкретних інтересів покупця і продавця ціна може відхилятися від вартості” [8]. Отже, ціна є грошовим вираженням вартості товару, тобто ціна – це кількість грошей, на яку здійснюється обмін підприємства за конкретною угодою.

Корисність є поняттям чисто суб’єктивним та індивідуальним, яке показує ступінь задоволення конкретного покупця від придбання товару. Корисність підприємства – це його здатність приносити прибуток у конкретному місці й протягом певного періоду часу. Д.Піхно у своїй роботі "Закон попиту і пропозиції" зазначав, що "корисності або споживчі цінності є не що інше, як речі і послуги, які задовольняють потреби людини, а індивідуальна і суб’єктивна оцінка творить індивідуальну і об’єктивну цінність" [6].

Цінність характеризує значимість, важливість товару з погляду споживача і має суб’єктивну сторону (психологічна оцінка товару окремим споживачем) і об’єктивну (оцінка товару суспільством). Порівнюючи поняття «вартість» та «цінність» вчений М. Туган-Барановський наголошував: "Обидві категорії не тільки не тотожні, а навіть зовсім різні – як зарплата протилежна затраті". При цьому економіст стверджував, що "цінність знаходиться на тому полюсі господарства, де лежить мета останнього, вартість же є завжди тільки засобом" [14]. На думку Мочерного С.В. у категорію «цінність» закладено діалектичну взаємодію продуктивних сил і відносин у власності у процесі виробництва та реалізації товарів певного виду, з одного боку, і суб’єктивна оцінка цих товарів, як з позиції окремих покупців (споживачів), так і окремих соціальних верств і груп, усього суспільства – з другого боку [3].

Отже, цінність як і корисність є суб’єктивною характеристикою і визначає значимість певних властивостей об’єкта для зацікавленої особи і проявляється через включення цього об’єкта в сферу людських інтересів.

Проведений аналіз дозволив встановити відмінність підходів до визначення поняття «вартість підприємства» з поняттями «ціна», «цінність» та «корисність», що уточнює об’єктивну основу цього показника і дає можливість менеджерам використовувати його як критерій ефективності в сфері управління підприємством.

Ми пропонуємо сформулювати визначення поняття «вартість підприємства» наступним чином: це об’єктивна величина, що відображає еквівалент цінності підприємства за можливою угодою передачі права власності від продавця до покупця.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Аналіз підходів до визначення поняття "вартість підприємства" дозволив встановити, що їх різноплановість не викликана їх недостовірністю або неактуальністю в сучасних умовах розвитку економічної системи. Існування численних варіантів поняття "вартість підприємства", а також авторських підходів до його визначення пов’язані з тим, що вартість підприємства, як особливого виду товару, що має здатність динамічно розвиватися, гнучко і ефективно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування, не є фактом, що вже був здійснений, а є думкою про цінність / здійснені витрати / ціну власності підприємства в конкретний момент часу з прогнозами майбутнього.

Подальші дослідження повинні проводитися в сфері вивчення і систематизації факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, які впливають на розмір і динаміку його вартості, а також методів оцінки вартості підприємства.

#### ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Господарський кодекс України : офіц. текст: за станом на 25.11.2014 // [http : // www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
2. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / [Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устинко О. А.,Юрій С. І.] ; [за ред. С. В. Мочерного]. – Л. : Світ, 2005. – Т. 1. – 616 с.
3. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / [Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устинко О. А.,Юрій С. І.] ; [за ред. С. В. Мочерного]. – Л. : Світ, 2005. – Т. 2. – 568 с.
4. Економічний словник / Осовська Г.В., Юркевич О.О., Завадський Й.С. – К.: Кондор, 2008. – 360 с.
5. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.

6. Злупко С.М. Історія економічної теорії: підручник / С.М.Злупко – К.: Знання, 2005. – 719 с.
7. Островська Г. Категорія « вартість підприємства»: методологічні підходи // Галицький економічний вісник. – 2008. – № 3. – С. 3-12.
8. Оценка бизнеса / под ред. Грязновой А. Г., Федотовой М. А. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 508 с.
9. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебн.пособие / Под ред.. Абдуллаева Н.А., Колайко Н.А. – М.: Издательство «ЭКМОС», 2000. – 352 с.
10. Політекономія: Підручник / За заг. ред. Ю.В. Ніколенка. – К.: ЦУЛ, 2003. – 412с.
11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
12. Сычева Г.И., Колбачев Е.Б., Сычева В.А. Оценка стоимости предприятий (бизнеса). – Ростов н/Дону: «Феникс», 2003. – 384 с.
13. Тертична Н.В. Комплексна оцінка вартості підприємства : автореф. дис. Канд. екон. Наук : 08.06.01 / Тертична Наталя Володимирівна; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Л., 2006. – 19с.
14. Туган-Барановський М. Основи політичної економії / М. Туган-Барановський. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 628 с.
15. Цивільний кодекс України : офіц. текст: за станом на 06.11.2014 // [http : // www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
16. Экономический словарь. Толково-терминологический / Коноплицкий В.А., Филина А.И. – К.: КНТ, 2007 – 624 с.

#### REFERENCES

1. Gospodarskyi kodeks Ukrainy [Procedural code of Ukraine]. // [http : // www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
2. Economic Encyclopedic Dictionary, 2 parts / [Mocherny S.V., Larina J. S., Ustynko O.A, Yuri S.E.] [ed. Mocherny S.V.]. – Lviv: Svit, 2005. – Part 1 – P. 616. (Ukr)
3. Economic Encyclopedic Dictionary, 2 parts / [Mocherny S.V., Larina J. S., Ustynko O.A, Yuri S.E.] [ed. Mocherny S.V.]. – Lviv: Svit, 2005. – Part 2 – P. 568. (Ukr)
4. Economic Dictionary / Osovskaya G.V., Jurkiewicz O.O., Zawadzki Y.S. – Kyiv: Condor, 2008. – P. 360. (Ukr)
5. Zahorodniy A.G., Voznyuk G.L. Financial and economic dictionary. – Kyiv: Znannya, 2007. – P. 1072. (Ukr)
6. Zlupko S.M. The history of economic theory: a tutorial / Zlupko S.M. – Kyiv: Znannya, 2005. – P. 719. (Ukr)
7. Ostrovska G. Category «enterprise value»: Methodological Approaches // Galickij ekonomichnij visnik. – 2008. – № 3. – P. 3-12. (Ukr)
8. Business Valuation / ed. Hraznova A.G., Fedotov M.A.. – Moskva: Finansi, statistica. 1999. – P. 508. (Rus)
9. Evaluation of Enterprise (Business): Tutorial on the subject / Ed .. Abdullaev, N.A., Kolayko N.A.- Moskva. : Izdatelstvo «EKMOС», 2000. – P. 352. (Rus)
10. Political Economy: Textbook / under total. ed. Nikolenko. Y.V. – Kyiv: TSUL, 2003. – P. 412. (Ukr)
11. Raizberg B.A., Lozovskiy L.Sh. Modern Dictionary of Economics. – 2nd part, Rev. – Moskva: INFRA-M, 1999. – P. 479. (Rus)
12. Sycheva G.I., Kolbachev E.B., Sycheva V.A.. Valuation of businesses (business). – RostovnaDonu: «Pheniks», 2003. – P. 384. (Rus)
13. Tertichna N.V. Kompleksna ocinka vartosti pidpriemstva. Avtoreferat Diss. [Integrated company valuation. Author's abstract.]. Lugansk, 2006. 19 p.(Ukr)
14. Tugan-Baranovsky M. Fundamentals of Political Economy / Tugan-Baranovsky. – Lviv: Vidavnychij centr LNU im. Franko, 2003. – P. 628. (Ukr)
15. Civilnyi kodeks Ukrainy [ Civil code of Ukraine]. // [http : // www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
16. Economic Dictionary. Glossary and terminology / Konoplitsky V.A., Filina A.I. – Kiev : KNT, 2007 – P. 624. (Rus)

## РЕФЕРАТ

Бойко В.В. Зміст поняття «вартість підприємства» / В.В. Бойко, Н.В. Любарська // Вісник Національного транспортного університету. Науково-технічний збірник: в 2 ч. Ч. 2: Серія «Економічні науки». – К. : НТУ, 2014. – Вип. 30.

В статті проведено аналіз підходів щодо визначення поняття «вартість підприємства» та запропоновано авторське визначення даного поняття.

Об'єкт дослідження – вартість підприємства.

Мета дослідження – визначення змістового аспекту поняття «вартість підприємства» шляхом усунення неоднозначності поглядів у його трактуванні.

Метод дослідження – порівняльний аналіз підходів до визначення поняття «вартість підприємства».

У статті визначено, що підприємство, як особливий вид товару, може розглядатись з позиції бізнесу або майнового комплексу. Запропоновано розглядати «підприємство» на базі цілісного майнового комплексу, здатного приносити вигоду його власникові.

Проаналізовано історичний аспект визначення категорії «вартість», що відображено у трудовій теорії, теорії граничної корисності та теорії взаємодії попиту та пропозиції. Встановлено, що вартість може розглядатись як: суспільно-необхідні витрати, споживча цінність та рівноважна ціна.

Проведено порівняння між схожими за змістом поняттями «вартість», «ціна», «цінність», «корисність», що уточнює об'єктивну основу цього показника і дає можливість менеджерам використовувати його як критерій ефективності в сфері управління підприємством.

На основі зроблених висновків подано авторське визначення поняття «вартість підприємства»

Результати статті можуть бути впровадженні для управління підприємствами автомобільного транспорту на основі критерію вартості.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ВАРТІСТЬ, ПІДПРИЄМСТВО, БІЗНЕС, ЦІННІСТЬ, КОРИСНІСТЬ, ЦІНА.

## ABSTRACT

Boyko V.V., Liubarska N.V. The meaning of "enterprise value". Visnyk National Transport University. Scientific and Technical Collection: In Part 2. Part 2: Series «Economic sciences». – Kyiv: National Transport University, 2014. – Issue 30.

The paper analyzes approaches to the definition of "enterprise value" and invited the authors' definition of this concept.

The object of study – the cost of the enterprise.

The aim – to determine the semantic aspect of the concept of "enterprise value" by eliminating ambiguity of views in his interpretation.

The method of research – a comparative analysis of approaches to the definition of "enterprise value."

The article stipulates that the company as a special type of product can be viewed from the standpoint of a business or property complex. A considered "enterprise" on the basis of the integral property complex that could bring benefits to its owner.

Analyzed the historical aspect of the definition of "value", which is reflected in the labor theory, the theory of marginal utility and the theory of the interaction of supply and demand. Established that the value can be considered as socially necessary costs, consumer value and equilibrium price.

A comparison between similar in meaning concepts: "value", "price", "value", "utility", which clarifies the objective basis of this indicator, allows managers to use it as a criterion of efficiency in the management of the company.

On the basis of the findings filed copyright definition of "enterprise value"

The results of the paper can be introduction to business management of road transport based on the criterion of value.

**KEY WORDS:** COST, ENTERPRISE, BUSINESS VALUE, USEFULNESS, PRICE.

## РЕФЕРАТ

Бойко В.В. Содержание понятия «стоимость предприятия» / В.В. Бойко, Н.В. Любарская // Вестник Национального транспортного университета. Научно-технический сборник: в 2 ч. Ч. 2: Серія «Економічні науки». – К. : НТУ, 2014. – Вип. 30.

В статье проведен анализ подходов к определению понятия «стоимость предприятия» и предложено авторское определение данного понятия.

Объект исследования – стоимость предприятия.

Цель исследования – определение содержательного аспекта понятия «стоимость предприятия» путем устранения неоднозначности взглядов в его трактовке.

Метод исследования – сравнительный анализ подходов к определению понятия «стоимость предприятия».

В статье определено, что предприятие, как особый вид товара, может рассматриваться с позиции бизнеса или имущественного комплекса. Предложено рассматривать «предприятие» на базе целостного имущественного комплекса, способного приносить выгоду его владельцу.

Проанализированы исторический аспект определения категории «стоимость», что отражено в трудовой теории, теории предельной полезности и теории взаимодействия спроса и предложения. Установлено, что стоимость может рассматриваться как: общественно-необходимые затраты, потребительская ценность и равновесная цена.

Проведено сравнение между схожими по смыслу понятиями «стоимость», «цена», «ценность», «полезность», уточняющий объективную основу этого показателя и позволяет менеджерам использовать его как критерий эффективности в сфере управления предприятием.

На основе сделанных выводов представлено авторское определение понятия «стоимость предприятия»

Результаты статьи могут быть внедрены для управления предприятиями автомобильного транспорта на основе критерия стоимости.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** СТОИМОСТЬ, ПРЕДПРИЯТИЕ, БИЗНЕС, ЦЕННОСТЬ, ПОЛЕЗНОСТЬ, ЦЕНА.

#### АВТОРИ:

Бойко Вікторія Валеріївна, кандидат економічних наук, доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри економіки, e-mail: tori704@bigmir.net, тел.+380975770025, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова, 1, к. 313

Любарська Наталія Вячеславівна, Національний транспортний університет, аспірант кафедри економіки, e-mail: natali.liubarska@gmail.com, тел. +380979277620, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова, 1, к. 313

#### AUTHOR:

Boyko Victoriya.V., Ph.D., associate professor, National Transport University, associate professor department of economics, e-mail: tori704@bigmir.net, tel.+380975770025, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 313.

Lyubarska Nataliya V., National Transport University, postgraduate, department of economics, e-mail: natali.liubarska@gmail.com, tel. +380979277620, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 313.

#### АВТОРЫ:

Бойко Виктория Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент, Национальный транспортный университет, доцент кафедры экономики, e-mail: tori704@bigmir.net, тел.+380975770025, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова, 1, к. 313

Любарская Наталия Вячеславовна, Национальный транспортный университет, аспирант кафедры экономики, e-mail: natali.liubarska@gmail.com, тел. +380979277620, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова, 1, к. 313

#### РЕЦЕНЗЕНТИ:

Бондаренко Є.В., доктор економічних наук, професор, Національний транспортний університет, професор кафедри економіки, Київ, Україна.

Варналій З.С., доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, професор кафедри фінансів, Київ, Україна.

#### REVIEWER:

Bondarenko E.V., Ph.D., Economics (Dr.), professor, National Transport University, professor, department of economics, Kyiv, Ukraine.

Varnaliy Z.S., Ph.D., Economics (Dr.), professor, Taras Shevchenko Kyiv National University, professor, department of finance, Kyiv, Ukraine.