

## 4. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА

DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.20>

УДК 657.372.5

### СУТНІСТЬ ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТА ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ

Юрій Ігоревич Мискін<sup>1</sup>, Марія Іванівна Гринишин<sup>2</sup>, Анастасія Павлівна Романюк<sup>3</sup>

*У статті проаналізовано подібність та відмінність понять «цінність» та «вартість». Обґрунтовано, що саме через помилкову тотожність трактувань термінів «цінність підприємства» та «вартість підприємства» у вітчизняній науковій літературі відбулася підміна менеджменту, орієнтованого на цінність підприємства, вартісно-орієнтованим управлінням. Розглянуто різні підходи вчених до ідентифікації сутності цінності підприємства. Досліджено генезу трансформації поняття «цінність» в економічних теоріях. Осмислено філософські підходи до трактування сутності цінності підприємства. Уточнено семантику поняття «цінність підприємства» шляхом ідентифікації двох ключових її домінант: залежності від стейкхолдера (його ціннісних пріоритетів), що оцінює цінність підприємства та залежності від відношення суб'єкта оцінки до підприємства, цінність якого визначається.*

**Ключові слова:** цінність підприємства, вартість підприємства, ціннісно-орієнтоване управління, вартісно-орієнтоване управління, цінність.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан домінування фінансового критерію в оцінці ефективності функціонування суб'єктів господарювання без належного врахування впливу діяльності підприємства на екологію та соціальну сферу створює передумови для існування суттєвих проблем як в економіці окремо взятих країн, так і в забезпеченні стабільного розвитку суспільства цілому.

Дослідження ефективності діяльності підприємств через призму сталого розвитку держави вимагає ідентифікації сутності поняття «цінність підприємства» та підходів до обліково-аналітичного забезпечення управління цінністю підприємства. Відтак, нагальним та актуальним є питання визначення сутності цінності підприємства як об'єкта обліку та аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дискусія щодо сутності поняття «цінність підприємства» була започаткована ще у 1909 році М. І. Туган-Барановським [1]. Проте тоді вона зводилася здебільшого до його ототожнення з терміном «вартість підприємства». Такий підхід знаходить своє відображення і у сучасній економічній парадигмі. Так поняття цінність підпри-

ємства (з ототожненням його по замовчуванню із вартістю підприємства) досліджувалася з позиції формування змісту поняття (Стасюк Л. Л. [2]) та управління діяльністю суб'єкта господарювання (Боярко І. М. [3], Гордеева О. Г. [4], Михайлишин Н. П. [5], Романів С. Р. [5], Самусевич Я. В. [3], Швиданенко Г. О. [6]). Осмислення ж сутності цінності підприємства як об'єкту обліку та аналізу потребує окремого дослідження.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Нагальна необхідність трансформації ціннісних пріоритетів в економіці, вимагає розроблення нових підходів до оцінки результатів діяльності суб'єктів господарювання. Парадигма домінування фінансових критеріїв оцінки ефективності діяльності підприємств повинна змінюватися комплексним підходом до визначення результатів господарювання компанії, в якому б враховувалися збалансовано екологічні, соціальні та економічні параметри. У даному контексті першочерговим є ідентифікація сутності поняття «цінність підприємства» як комплексного критерію оцінки суб'єкта господарювання. При цьому, уточ-

<sup>1</sup> Мискін Юрій Ігоревич, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики Державного податкового університету, e-mail: muskin@ukr.net  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8160-3262>

<sup>2</sup> Гринишин Марія Іванівна, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти Державного податкового університету, e-mail: maria.grynychyn@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6906-610X>

<sup>3</sup> Романюк Анастасія Павлівна, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти Державного податкового університету, e-mail: nastya.romanyuk2001@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3419-7249>

нення семантики поняття «цінність підприємства» необхідно здійснити з позиції обліково-аналітичного забезпечення управління. Саме цій проблемі присвячено статтю.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є розкрити сутність цінності підприємства як об'єкта обліку та аналізу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасний стан розвитку економіки характеризується значним поступом суспільства у сфері організації господарської діяльності та управління нею. Постійна трансформація економічних відносин, глобалізація та динамічний розвиток інформаційних технологій здійснюють суттєвий вплив на обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством. Як відповідь на запит щодо адаптації обліково-аналітичного механізму менеджменту до турбулентних умов господарської діяльності науковцями та практиками було обґрунтовано велику кількість відмінних між собою моделей інформаційного забезпечення управління. Серед них: абсорбшен-костинг, директ-костинг, стандарт-костинг, нормативний метод обліку витрат, збалансована система показників, тотальне управління якістю, управління за відхиленням, вартісно-орієнтоване управління, тощо. Наукові розробки суттєво підвищили якість менеджменту суб'єктів господарювання, проте фактичний стан управлінської діяльності в цілому навряд чи можна вважати ефективним.

«Сьогодні людство має літаки, автомобілі, судна, ракети, телефони, комп'ютери, Інтернет тощо. Але ніяк не може подолати бідність, безробіття та злочинність. Ми говоримо, що за останні три століття було досягнуто суттєвого науково-технічного прогресу, проте живемо за межею бідності, від кризи до кризи. Навіть більше, можна з упевненістю стверджувати, що криза сьогодні має системний характер. Уже стали помітними глобальні негативні тенденції та їх негативні наслідки в екології, економіці, медицині, освіті, політиці та інших сферах людського життя. І це тоді, коли політики, медики, освітяни та науковці констатують підвищення ефективності своєї діяльності» [7, с. 15].

З цього приводу академік В. М. Геєць характеризує ситуацію в Україні як «невпорядкований рух, ... збагачення одних за рахунок зuboжіння інших, втрату людського, науково-технічного та гуманітарного потенціалу...» [8, с. 3]. Сформоване в Україні суспільство «... не може задовільнити нікого – ані бідних, які ледь зводять кінці з кінцями, ані багатих, котрі почувують себе в бідній країні не дуже комфортно і надійно, приховуючи капітали, і весь час борються за вплив на владу, бо його втрата майже неминуче спричиняє втрату капіталів, ані люди середнього достатку, бо їх стан не є стабільним, і вони не мають ефективних механізмів реалізації своїх інтересів. Виникла парадоксальна ситуація: суспільство нікого не задовольняє ...» [8, с. 3].

Цілком логічно, що така ситуація має свої причини і в площині ціннісних пріоритетів в управлінні господарською діяльністю. Останнє, як правило, зорієнтовано

на економічний зиск і майже не враховує екологічних і соціальних запитів. Більш того, «протягом останніх років бізнес усе частіше сприймається як головне джерело економічних, соціальних і екологічних проблем. Значною мірою у цьому винні самі компанії, сприймаючи питання формування цінностей дуже обмежено. Вони орієнтуються здебільшого на короткострокову фінансову ефективність. А для того, щоб бізнес залишався успішним у довгостроковій перспективі, він повинен створювати цінності не тільки для своїх акціонерів, а й для всього суспільства» [5, с. 312].

На сьогоднішній день можна констатувати, що обираючи між цінністю та вартістю, менеджмент переважної більшості сучасних підприємств віддає перевагу останній. Така ситуація частково спричинена і плутаниною між поняттями «цінність» та «вартість». Це обумовлено тим, що англійське поняття «value» має два варіанти перекладу на українську мову: як «вартість» чи як «цінність» [9, с. 80]. Відповідно «у науковому просторі та практичній площині країн колишнього СНД наявна дискусія використання та змістовного навантаження понять «цінність підприємства» та «вартість підприємства». Започаткував її ще в 1909 р. М. І. Туган-Барановський [1], визначивши основою такої дискусії некоректність перекладу термінології з іноземних мов» [2]. Піднята проблема актуальна і сьогодні. Її сучасним каталізатором стала наукова праця британських вчених «Від вартості до цінності». У ній науковці зазначають, що «взаємодія «компонент вартості» та «цінності» не однозначна, проходить різні стадії та потребує осмислення...» [10].

Однак, у вітчизняних наукових працях можемо спостерігати ситуацію, коли за назвою «ціннісно-орієнтоване управління» криється вартісно-орієнтований підхід до менеджменту.

Так, Гордєєва О. Г. зазначає, що «сучасний напрямок у теорії менеджменту, що отримав назву «управління, орієнтоване на цінність», або «ціннісно-орієнтований менеджмент», було вперше описано в 1986 р. А. Раппапортом у книзі *Creating Shareholder Value*. Сам термін «управління, орієнтоване на цінність» (VBM, value based management) був запропонований Д. Мактаггартом ... у 1994 р. в книзі «Імператив вартості» ... У цій роботі автор вказує, що основна роль найменших менеджерів компанії полягає у створенні та збільшенні вартості компанії в інтересах її власників» [4]. З наведеної цитати видно, що автор концентрується на донесенні змістовної складової, не акцентуючи уваги на формальному боці доцільності використання понять «цінність» та «вартість».

З цього приводу цікава думка Боярко І. М. та Самусевич Я. В., які зазначають, що «на сучасному етапі розвитку вартісної концепції залишається дискусійним питання щодо сутності понять «вартість» і «цінність». Це пов'язано з існуванням думки про некоректний переклад англійського терміну «value» (цінність) як «вартість», оскільки даному поняттю відповідає слово «cost»... Відтак, вартість підприємства доцільно визна-

чати як можливу економічно обґрунтовану суму витрат на його придбання або створення, виражену в грошовому еквіваленті, і застосовувати дане поняття в операціях купівлі-продажу компанії чи у процесі заснування бізнесу. Поняттям цінності характеризується здатність підприємства приносити доходи його власникам у майбутньому і на даний конкретний момент часу може визначатися через дисконтоване значення майбутніх грошових потоків. При цьому цінність підприємства враховує також інтелектуальний потенціал його працівників, а також нематеріальні активи компанії. Зусилля менеджерів фірми мають бути спрямовані на максимізацію саме показника її цінності, оскільки він характеризує довгострокову перспективу розвитку компанії. Саме тому ми пропонуємо оперувати поняттями «цінність підприємства» та «ціннісно-орієнтоване управління» відносно менеджменту компанії та використовувати поняття вартості для характеристики підприємства як майнового комплексу або об'єкта купівлі-продажу» [3, с. 283–284].

Про аналогічну проблему говорить і Патрікі Н. П., проте відмінні між собою поняття науковець трактує не як «цінність підприємства» та «вартість підприємства», а як «вартість бізнесу» та «вартість підприємства». Так, вчений зазначає, що «оцінювання бізнесу (визначення вартості бізнесу) діючого підприємства дещо відрізняється від оцінювання підприємства як майнового комплексу. Ця відмінність пов'язана з тим, що бізнес – поняття ширше, ніж майновий комплекс. Підприємство як майновий комплекс містить всі види майна, призначеного для його діяльності: земельні ділянки, будівлі і споруди, машини та устаткування, сировину і продукцію, нематеріальні активи, майнові

зобов'язання. Оцінювання ринкової вартості майнового комплексу підприємства (визначення вартості бізнесу) означає визначення в грошовому виразі вартості матеріальних активів підприємства як товару, тобто, їх корисність для потенційного покупця і витрати, необхідні для отримання цієї корисності. Оцінювання бізнесу – це визначення вартості бізнесу як майнового комплексу, здатного приносити прибуток його власникові» [11].

Запропонований вченими (Боярко І. М. та Самусевич Я. В.) підхід хоча і акцентує увагу на відокремленні понять «вартість» та «цінність», проте ґрунтується на вартісному підході до оцінки цінності підприємства. Цікаво, що подібна логіка щодо співвідношення між поняттями «вартість» та «цінність» знайшла своє відображення і у Національному стандарті №1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», де вартість трактується як «еквівалент цінності об'єкта оцінки, виражений у ймовірній сумі грошей» [12].

На нашу точку зору, поняття «цінність» є дещо ширшим і потребує врахування запитів (які, у свою чергу, можуть бути змінними у динаміці) усіх можливих суб'єктів оцінки цінності підприємства.

З метою визначення сутності цінності підприємства як об'єкта обліку та аналізу розглянемо генезу трансформації поняття «цінність» в економічних теоріях (табл. 1).

З таблиці 1 видно, що цінність є достатньо значущою категорією в різних школах наукової думки. При цьому в економічній теорії вчені акцентують увагу на важливих аспектах цінності як оціночного критерію.

Кириленко В. І. зазначає, що не існує ніякої особливої «субстанції» цінності (вартості), «вона є про-

**Таблиця 1 – Генезис трансформації поняття «цінність» в економічних теоріях**

Назва економічної школи	Представники економічної школи	Внесок економічної школи у розвиток теорії цінності
Класична економічна школа	Уільям Петті (1623-1687), Франсуа Кене (1694-1774), Анн Робер Жак Тюрго (1727-1781), Адам Сміт (1723-1790), Давид Рікардо (1772-1823), Джон Стюарт Мілль (1806-1876), Карл Маркс (1818-1883)	категорія «вартість» визначається вихідною в економіці; характеристика механізму формування вартості товарів; формується термін «споживча вартість».
Маржиналізм	Карл Менгер (1840-1921), Фрідріх фон Візер (1851-1926), Ойген фон Бем-Баверк (1851-1914), Уільям Стенлі Джевонс (1835-1882), Френсіс Еджуорт (1845-1926) Леон Вальрас (1834- 1910), Вільфредо Парето (1848-1923)	цінність визначається за ступенем корисного ефекту: рівнем задоволення потреб; цінність оцінюється в результаті порівняння альтернатив;
Неокласична економічна школа	Альфред Маршалл (1842-1924), Генрі Седжвик (1838-1900), Артур Пігу (1877-1959), Джон Бейтс Кларк (1847-1938)	сформовано базис оцінювання доданої вартості для споживача продукції; вдосконалено базис факторного аналізу цінності; запропоновано спосіб вимірювання корисності на основі вигоди споживачів, визначено наявність протиріч між індивідуальною (приватною) та суспільною вигодами.
Інституціоналізм	Торстейн Веблен (1857-1929) Джон Коммонс (1862-1945), Джон Гелбрейт (1909-1993)	названо технологію та індустріалізацію рушійною силою та джерелом цінності; визначено вплив інститутів на формування переваг і цінностей індивідів; уведено поняття «розумна цінність».

*Джерело: складено авторами на основі [2]*

дуктом усієї сукупності економічних взаємовідносин системи. ... «Речі» взагалі позбавлені якої-небудь вартості. Звичайно, ми говоримо про вартість витрат, пов'язаних з пропозицією, з попитом, – тобто про ті витрати, які впливають на рішення людей щодо забезпечення постачання чи придбання благ. У цьому сенсі «речі» не можуть бути пов'язані з витратами. З витратам можуть бути пов'язані лише дії. ... Тільки діям притаманні витрати. Більш того, одні і ті ж дії часто означають різні витрати для різних людей. ... Витрати – це завжди цінність тих можливостей, якими жертвують конкретні люди» [13]. Далі вчений акцентує увагу на тому, що «сучасне розуміння цінності (вартості) є суб'єктивним, це аксіологічна (оціночна) категорія. Необхідно зрозуміти взаємозв'язок такого ланцюжка понять, які є однокорінними, а саме: ціна, цінність, оцінка та оцінювач. Поза свідомістю, мисленням людини не існує цінності (вартості). Вона є результатом врахування усіх чинників, факторів, які господарюючий суб'єкт вважає необхідним для оцінювання (встановлення ціни, цінності) блага» [13].

З даного приводу влучно зазначав і засновник австрійської наукової економічної школи Менгер К.: «Цінність, не є щось іманентне певному благу, як його властивість або незалежна річ, що існує сама по собі. Вона є судження, що економічна людина виносить про важливість благ у його розпорядженні для підтримки свого життя і добробуту. Тому цінність не існує поза свідомістю людини» [14, с. 121]. А це, у свою чергу,

акцентує увагу на тому, що цінність – це не фінансовий вимірник, а критерій відношення суб'єкта оцінки до об'єкта, цінність якого визначається. І цілком зрозуміло, що відношення людини до об'єкта, цінність якого визначається, є суб'єктивним і ґрунтується на ціннісних пріоритетах самої людини. А враховуючи, що «цінності людей під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, ... поступово змінюються» [6], то і характеристика цінності підприємства буде характеризуватися мінливістю.

Узагальнюючи дослідження сутності цінності підприємства як об'єкта обліку та аналізу, зазначимо дві основні її особливості:

- 1) цінність підприємства залежить від стейкхолдера (його ціннісних пріоритетів), що її оцінює;
- 2) цінність підприємства залежить від відношення суб'єкта оцінки до підприємства, цінність якого визначається.

**Висновки.** За результатами дослідження уточнено семантику поняття «цінність підприємства» шляхом ідентифікації двох ключових її домінант: залежності від стейкхолдера (його ціннісних пріоритетів), що оцінює цінність підприємства та залежності від відношення суб'єкта оцінки до підприємства, цінність якого визначається.

У подальшому це дозволить формалізувати логіку формування цінності підприємства, яка є базисом для моделювання обліково-аналітичного забезпечення управління цінністю підприємства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Туган-Барановский М. И. Основы политической экономики. СПб. : Слово, 1909. 771 с.
2. Стасюк Л. Л. Цінність підприємства: генезис та сучасна парадигма формування змісту поняття. URL: <http://www.vestnikeconom.mgu.od.ua/journal/2016/21-2016/23.pdf>.
3. Боярко І. М., Самусевич Я. В. Теоретичні аспекти системи ціннісно-орієнтованого управління підприємством. *Бізнес Інформ*. 2012. № 9. С. 282–284.
4. Гордеева О. Г. Управленческий анализ в системе ценностно-ориентированного менеджмента. URL: [https://www.ecsn.ru/files/pdf/201111/201111\\_152.pdf](https://www.ecsn.ru/files/pdf/201111/201111_152.pdf).
5. Михайлишин Н. П., Романів С. Р. Концепція створення спільної цінності : новий погляд на формування цінностей компанії. *Економіка та суспільство*. 2016. № 2. С. 312–317.
6. Швиданенко Г.О. Ціннісно-орієнтована модель управління підприємством. URL: <http://projects.dune-hd.com/bitstream/handle/2010/20421/51-59.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
7. Мискін Ю. І. Управління оподаткуванням в Україні: проблеми і перспективи. *ІАБ «Перспектива»*. 2013. № 4. С. 15–16.
8. Новый курс: реформи в Україні. 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. Київ : НВЦ НБУВ, 2010. 232 с.
9. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник. Вид. 2–ге, випр. Кіровоград : видавець Лисенко В. Ф., 2015. 130 с.
10. От стоимости к ценности. *Практика оценки имущества*. 2010. № 2. С. 5–15.
11. Патрікі Н. П. Методичні підходи до оцінювання вартості бізнесу. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2766/1/29.pdf>.
12. Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 № 1440, зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-п#Text>.
13. Кириленко В. І. Сучасна концепція цінності (вартості). URL: <http://www.uk.x-pdf.ru/5istoriya/2223382-1-suchasna-konceptsiya-cinnosti-vartosti-rozkrito-suchasne-rozuminnya-cinnosti-vartosti-blag-zdiysneno-porivnyalniy.php>.
14. Menger C. Principles of Economics. N.Y.: L., 1981. 328 p.

#### REFERENCES:

1. Tugan-Baranovsky M. I. (1909) *Osnovy polytycheskoj ekonomyy* [Fundamentals of Political Economy]. SPb.: Slovo. [in Russian]



2. Stasyuk L. L. *Tsinnist pidpriemstva: henezys ta suchasna paradyhma formuvannia zmistu poniattia* [The value of the enterprise: genesis and modern paradigm of the formation of the content of the concept]. Available at: <http://www.vestnikeconom.mgu.od.ua/journal/2016/21-2016/23.pdf>. [in Ukrainian]
3. Boyarko I. M., Samusevych Y. V. (2012) Teoretychni aspekty systemy tsinnisno-oriientovanoho upravlinnia pidpriemstvom [Theoretical aspects of the system of value-oriented enterprise management]. *Business Inform*, no. 9, pp. 282–284. [in Ukrainian]
4. Gordeeva O. G. *Upravlencheskiy analiz v sisteme tsennostno-orientirovannogo menedzhmenta* [Management analysis in the system of value-oriented management]. Available at: [https://www.ecsn.ru/files/pdf/201111/201111\\_152.pdf](https://www.ecsn.ru/files/pdf/201111/201111_152.pdf). [in Russian]
5. Mykhailyshyn N. P., Romaniv S. R. (2016) Kontsepsiia stvorennia spilnoi tsinnosti : novyi pohliad na formuvannia tsinnosti kompanii [The concept of creating shared value: a new perspective on the formation of company values]. *Economy and society*, no. 2, pp. 312–317. [in Ukrainian]
6. Shvydanenko G. O. *Tsinnisno-oriientovana model upravlinnia pidpriemstvom* [Value-oriented model of enterprise management]. Available at: <http://projects.dune-hd.com/bitstream/handle/2010/20421/51-59.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [in Ukrainian]
7. Myskin Yu. I. (2013) Upravlinnia opodatkovanniam v Ukraini: problemy i perspektyvy [Tax management in Ukraine: problems and prospects]. *IAB «Perspektiva»*, no. 4, pp. 15–16. [in Ukrainian]
8. Geits V. M. (2010) *Novyi kurs: reformy v Ukraini. 2010-2015. Natsionalna dopovid* [A new course: reforms in Ukraine. 2010-2015. National report]. Kyiv: National Center of the NBUV. [in Ukrainian]
9. Yakovenko R. V. (2015) *Thumachnyi anhlo-ukrainskyi slovnyk ekonomichnykh terminiv z elementamy teorii ta problematyky. Dydaktychnyi dovidnyk* [Interpretive English-Ukrainian dictionary of economic terms with elements of theory and issues. Didactic guide]. Kirovohrad: publisher V. F. Lysenko. [in Ukrainian]
10. Ot stoinosti k tsennosti (2010) [From cost to value]. *Property valuation practice*, no. 2, pp. 5–15. [in Russian]
11. Patriki N. P. *Metodychni pidkhody do otsiniuvannia vartosti biznesu* [Methodical approaches to assessing business value]. Available at: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2766/1/29.pdf> [in Ukrainian]
12. Pro zatverdzhennia Natsionalnogo standartu № 1 «Zahalni zasady otsinky maina i mainovykh prav»: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10.09.2003 № 1440, zi zminamy ta dopovnenniamy [On the approval of the National Standard No. 1 "General principles of valuation of property and property rights": Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 10, 2003 No. 1440, with changes and additions]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-п#Text/> [in Ukrainian]
13. Kirylenko V. I. *Suchasna kontsepsiia tsinnosti (vartosti)* [Modern concept of value (cost)]. Available at: <http://www.uk.x-pdf.ru/5istoriya/2223382-1-suchasna-koncepciya-cinnosti-vartosti-rozkrito-suchasne-rozumynnya-cinnosti-vartosti-blag-zdiysneno-porivnyalniy.php/> [in Ukrainian]
14. Menger C. (1981) *Principles of Economics* [Principles of Economics]. N.Y. : L.

### THE ESSENCE OF THE VALUE OF THE ENTERPRISE AS AN OBJECT OF ACCOUNTING AND ANALYSIS

Yurii I. Myskin<sup>1</sup>, Mariia I. Hrynyshyn<sup>2</sup>, Anastasiia P. Romaniuk<sup>3</sup>

*The article is devoted to the understanding of the essence of the enterprise's value as an object of accounting and analytical management of the business entity's activities. It substantiates that the relevance of the study of the efficiency of enterprises through the prism of sustainable development of the state requires the identification of the essence of "enterprise value" and approaches to accounting and analytical support for enterprise value management. The purpose of the article is to reveal the essence of the enterprise's value as an object of accounting and analysis. To achieve the goal, the following research methods were used: analysis, synthesis, comparison, logical generalization. A detailed analysis of the similarities and differences of the concepts "value" and "cost" made it possible to prove that precisely because of the mistaken identity of the interpretations of the terms "enterprise value" and "enterprise value", which was based on an incorrect translation into Ukrainian of the English-language term "value", in the domestic scientific in the literature, management focused on the value of the enterprise was replaced by value-oriented management. Various approaches of scientists to the identification of the essence of the value of the enterprise are considered. The genesis of the transformation of the concept of "value" in such economic theories as: classical economic school, marginalism, neoclassical economic school and institutionalism is studied. The contribution of each of the economic pulleys to the development of the theory of value is determined. Philosophical approaches to the interpretation of the essence of the enterprise's value have been elaborated. Attention is paid to the characteristics of the relationship between the terms "price", "value", "estimate" and "evaluator". The semantics of the concept of "enterprise value" have been clarified by identifying two of its key features: dependence on the stakeholder (his value priorities) that assesses the enterprise's value and dependence on the relationship of the subject of assessment to the enterprise whose value is determined. The practical value of the article is realized through the creation of scientific prerequisites for the formalization of the logic of enterprise value formation, which is the basis for modeling accounting and analytical support for enterprise value management.*

**Keywords:** enterprise value, enterprise value, value-oriented management, value-oriented management, value.

**JEL Classification:** D46, L20, M41

Стаття надійшла до редакції 2.10.2022

The article was received October 2, 2022

<sup>1</sup> Yurii I. Myskin, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Accounting Technologies and Business Analytics, State Tax University

<sup>2</sup> Mariia I. Hrynyshyn, Student, State Tax University

<sup>3</sup> Anastasiia P. Romaniuk, Student, State Tax University