

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 9.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.37>

УДК 330.3

Н. М. Богацька,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних відносин,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7546-7428>

СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА - СУБ'ЄКТА У СФЕРІ МЕДІА

N. Bogatska,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Economics and International Relation,

Vinnitsia institute of trade and economics of

State University of Trade and Economics

THE ESSENCE AND CAPITAL STRUCTURE OF AN ENTERPRISE - AN ENTITY IN THE MEDIA SECTOR

У статті було досліджено поняття сутності та структури капіталу підприємства – суб'єкта у сфері медіа. Проаналізовано трактування поняття «капітал» вітчизняними та зарубіжними авторами, адже для забезпечення стійкого розвитку та прибутковості, підприємствам-суб'єктам медіа необхідно ретельно підходити до питання структуризації

та оптимізації капіталу. На сучасному етапі капітал розуміється як фінансові ресурси підприємства, втілені в майні, що використовуються для здійснення господарської діяльності з метою одержання прибутку. Оптимізація капіталу також тісно пов'язана з управлінням фінансовими ризиками суб'єкта у сфері медіа. Валютні коливання, зміни процентних ставок, кредитоспроможність клієнтів та ринкова нестабільність можуть істотно вплинути на фінансовий стан. Кожне підприємство повинно регулярно проводити аналіз своєї фінансової ситуації, визначати цілі та ризики, щоб обрати найбільш оптимальну структуру капіталу. Прийняття рішень щодо структуризації капіталу має бути обґрунтованим і враховувати фінансові показники, потреби у фінансуванні та стратегічні плани розвитку.

The article examines the concept of the essence and structure of the capital of an enterprise - a subject in the media sphere. The interpretation of the concept of "capital" by domestic and foreign authors is analyzed, because in order to ensure sustainable development and profitability, media enterprises need to carefully approach the issue of structuring and optimizing capital.

Capital is the main resource needed to finance operating activities, expand the business and achieve strategic goals. To ensure sustainable development and profitability, media entities need to carefully approach the issue of structuring and optimizing capital. Capital structuring includes the process of distributing its various types, such as equity, debt and working capital, within the media entity. This process requires a thorough analysis of the financial situation, determining capital needs and assessing the risks associated with various sources of financing. An optimally organized capital structure allows the media entity to effectively use resources, reduce financial costs and increase the value of the company for its owners.

Capital is the main resource that provides the financial basis for the functioning of an enterprise, being embodied in property, such as cash, real estate,

equipment, inventories and other assets. The main purpose of capital, according to this approach, is to create profit. Capital is considered as a means for investing in economic activities in order to increase the income of the enterprise. Thus, capital is an asset capable of generating financial results in the form of profit. This definition emphasizes the financial aspect of capital and its role in the achievement of the enterprise's financial goals.

Capital optimization is also closely related to the management of a media entity's financial risks. Currency fluctuations, changes in interest rates, customer creditworthiness, and market volatility can significantly affect the financial condition. Optimal resource allocation and competent risk management will help minimize vulnerabilities and increase the company's financial stability. In general, effective capital structuring and optimization can positively affect the competitiveness of a media entity, promote innovative development, and ensure its sustainable growth in the long term. These processes require not only an analysis of financial indicators, but also a strategic approach to market conditions and flexibility in making management decisions.

Every company should regularly analyze its financial situation, determine goals and risks in order to choose the most optimal capital structure. Decisions on capital structuring should be justified and take into account financial indicators, financing needs and strategic development plans.

Ключові слова: капітал, капітал підприємства, сутність капіталу, структура капіталу, підприємство у сфері медіа.

Keywords: capital, enterprise capital, essence of capital, capital structure, enterprise in the media sector.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У теперішніх умовах глобалізації бізнесу, де конкуренція поступово зростає, споживацькі вимоги швидко змінюються, а ефективне управління капіталом є критично важливим

для підприємств у сфері медіа. Капітал виступає основним ресурсом, який необхідний для фінансування операційної діяльності, розширення бізнесу та досягнення стратегічних цілей. Для забезпечення стійкого розвитку та прибутковості, підприємствам-суб'єктам медіа необхідно ретельно підходити до питання структуризації та оптимізації капіталу. Структуризація капіталу включає процес розподілу різних його видів, таких як власний капітал, позикові кошти та робочий капітал, всередині підприємства медіа. Цей процес потребує ретельного аналізу фінансового стану, визначення потреб у капіталі та оцінки ризиків, пов'язаних із різними джерелами фінансування. Оптимально організована структура капіталу дозволяє суб'єкту медіа ефективно використовувати ресурси, знизити фінансові витрати та збільшити вартість компанії для її власників.

Оптимізація капіталу також тісно пов'язана з управлінням фінансовими ризиками суб'єкта у сфері медіа. Валютні коливання, зміни процентних ставок, кредитоспроможність клієнтів та ринкова нестабільність можуть істотно вплинути на фінансовий стан. Оптимальне розподілення ресурсів та грамотне управління ризиками сприятимуть мінімізації вразливостей та підвищенню фінансової стійкості компанії. Загалом, ефективна структуризація та оптимізація капіталу здатна позитивно позначитися на конкурентоспроможності суб'єкта у сфері медіа, сприяти інноваційному розвитку та забезпечити його стійке зростання на довгострокову перспективу. Ці процеси вимагають не лише аналізу фінансових показників, але й стратегічного підходу до ринкових умов та гнучкості в прийнятті управлінських рішень. Тому вивчення теоретичних і практичних аспектів формування капіталу суб'єктів медіа та його оптимізації є вкрай актуальним у сучасних умовах розвитку економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування структури капіталу підприємств і стратегії його оптимізації розглянуті в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких: І. О. Бланк [1], Є.

Ф. Брікхем [2], В.А. Ізюмська [3], Р.С. Квасницька [4], С.М. Клименко [5], О.М. Ковальова [6], П.В. Круш [7], С. Майерс [8], Є.Ф. Югас [9], та інші.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основною метою даного статті є дослідження теоретичних, методичних та практичних аспектів формування капіталу підприємств у сфері медіа, а також визначення шляхів оптимізації його структури у сучасних економічних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Капітал є ключовим елементом у фінансовій теорії будь якого підприємства. Фінансова діяльність будь-якого суб'єкта у сфері медіа тісно пов'язана із процесом створення та використання капіталу. Він є основою для формування та розвитку підприємства, а також має значення для задоволення інтересів держави, власників і працівників.

Сам термін «капітал» походить від латинського слова «Capitalis», що означає «основний або головний». Це слово виникло з «Caput», яке перекладається як «голова». Історично воно пов'язане з тим, що в давні часи багатство особи оцінювали за кількістю худоби, яку вона мала [1]. Термін «капітал» уперше використав Анн-Роберт-Жак Тюрго в 1770 році. Однак, перші спроби дослідження капіталу як економічної категорії належать Аристотелю, який бачив у ньому набуте багатство від економічної діяльності й назвав його «хремастикой». Аристотель трактував «хремастику» як «мистецтво накопичення статків», що, на його думку, є неприродним процесом, пов'язаним із накопиченням грошового й товарного капіталу в рабовласницьких суспільствах [7]. У своїх роботах Аристотель зазначав, що в мистецтві накопичення багатства немає меж. Він акцентував увагу на тому, що бажання накопичувати може спонукати людей як зберігати свої кошти, так і намагатися постійно їх збільшувати. Надалі капітал став об'єктом вивчення та аналізу представників різних економічних шкіл з різними підходами й у різних аспектах.

У середньовіччі термін «капітал» вживався для позначення основної суми грошей, наданої в борг, відокремлюючи її від відсотків, що виступали

платою за цю позику. З поширенням капіталізму цей термін став означати гроші, які підприємці вкладали у свої підприємства з метою отримання прибутку. Такий капітал називається фінансовим капіталом [6].

Меркантилісти того часу розглядали грошовий обіг як джерело прибутку, яке не обов'язково було пов'язане з виробничими процесами. Проте з розвитком економічної думки уявлення про капітал почало змінюватися [7].

Франсуа Кене, засновник фізіократії, одним із перших розмежував капітал і гроші. Він вважав, що гроші самі по собі не є продуктивними і виконують лише функцію обігу товарів [12]. За Кене, основним виробничим фактором є земля, а найважливішою сферою виробництва – сільське господарство. Він також вважав, що сільськогосподарські інструменти, будівлі, тварини та інші засоби, які використовуються протягом кількох виробничих циклів, є «початковими авансами», що можна порівняти з сучасним поняттям «основного капіталу». Витрати на насіння, корми, заробітну плату та інші ресурси, які використовуються протягом одного циклу виробництва, він назвав «щорічними авансами», що відповідає сучасному терміну «оборотний капітал». Фізіократи вважали, що промисловий капітал є «безплідним», оскільки не створює «чистий продукт» і не підлягає поділу на аванси. Кене також вивчав кругообіг основного капіталу, підкреслюючи його важливість.

Адам Сміт визначав капітал як ту частину запасів, яка не споживається, а інвестується з метою отримання прибутку. Він розрізняв два види капіталу: основний, до якого належали земельні ділянки, машини, обладнання – усе, що приносило дохід без зміни власника або подальшого обороту та оборотний, який використовувався для купівлі товарів, вироблених або перероблених для продажу з метою отримання прибутку, тобто цей капітал приносив дохід лише через обмін або послідовні операції обороту.

Адам Сміт вважав витрати на заробітну плату частиною оборотного капіталу, який здійснює свій обіг через обмін або послідовні операції [2].

Давід Рікардо, подібно до Сміта, розглядав капітал як засоби виробництва, але з тією відмінністю, що виключав витрати на оплату праці [9]. Рікардо трактував капітал як «накопичену працю», тобто працю, виконану в минулому. Він вважав, що дохід розподіляється пропорційно між поточною та минулою працею, що пояснює прибуток власника капіталу [10].

Карл Маркс значно розширив розуміння капіталу у своїй роботі «Капітал. Критика політичної економії». За його визначенням, засоби праці стають капіталом лише тоді, коли власник вступає у відносини з працівником, який продає свою робочу силу. Наймана праця є важливою умовою для створення додаткової вартості. Маркс поділяв капітал на постійний, що включає витрати на засоби виробництва, і змінний, що пов'язаний з оплатою праці. У процесі праці змінний капітал генерує нову вартість, яка перевищує вартість робочої сили, і цей надлишок є джерелом додаткової вартості. Капіталіст прагне отримати додаткову вартість, що є різницею між вартістю товарів і витратами на виробництво. Постійний капітал створює умови для збільшення власності капіталіста на цю додаткову вартість. Маркс також вводив поняття фіктивного капіталу, що відображає вартість, представлену цінними паперами, і базується на очікуваннях майбутніх прибутків, що виникають з реального капіталу. Фіктивний капітал з'являється в рамках руху позичкового капіталу, а цінні папери, які обіцяють прибуток, відображають цей рух [2].

На сьогодні науковці розглядають капітал з різних точок зору. Отже, виділимо 3 головні підходи до трактування поняття «капітал»:

- Квасницька Р.С.[4] та Чорна О.Е.[12] визначають капітал як фінансові ресурси підприємства, втілені в майно, які необхідні для його господарської діяльності з метою отримання прибутку.

- Бланк І.А.[1] та Катан Л.І.[11] мають дещо інше бачення капіталу, трактуючи його як накопичений економічний запас у вигляді грошових ресурсів та реальних капітальних товарів, що використовуються власниками

в економічній діяльності як інвестиційний ресурс та виробничий фактор для отримання доходу.

- Клименко С.М.[5] та Югас Є.Ф.[9] визначають капітал як сукупність грошових, матеріальних та нематеріальних ресурсів підприємства, які формуються за рахунок різних джерел і застосовуються для здійснення операційної, фінансової та інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку.

На нашу думку, найбільш точним є визначення, запропоноване Квасницькою Р.С. та Чорною О.Е. Це трактування підкреслює фінансову складову капіталу та його ключову роль у підприємницькій діяльності. Відповідно до цього підходу, капітал — це основний ресурс, який забезпечує фінансову базу для функціонування підприємства, будучи втіленим у майні, такому як грошові кошти, нерухомість, обладнання, запаси та інші активи. Головна мета капіталу, згідно з цим підходом, полягає у створенні прибутку. Капітал розглядається як засіб для інвестування в господарську діяльність з метою збільшення доходів підприємства. Таким чином, капітал виступає активом, здатним приносити фінансовий результат у формі прибутку. Це визначення наголошує на фінансовому аспекті капіталу та його ролі в досягненні підприємством своїх фінансових цілей.

Серед багатьох інтерпретацій капіталу можна виділити кілька підходів:

- макроекономічний підхід — це методологічний погляд на економіку країни як на єдину систему, враховуючи народногосподарські показники, цілі та взаємозв'язки між галузями і секторами економіки, а також питання соціальної справедливості та загального розвитку.

- мікроекономічний підхід — фокусується на аналізі діяльності окремих суб'єктів, таких як підприємства, домогосподарства чи індивідуальні особи, розглядаючи питання прибутковості, прийняття рішень щодо виробництва та споживання, оптимального використання ресурсів і конкуренції.

- монетарний підхід розглядає капітал як грошові ресурси, що спрямовуються на фінансування інвестицій. Капітал вважається лише тими грошовими коштами, що активно використовуються для приросту вартості, з можливістю нагромадження та участі у фінансових ринках для отримання додаткового доходу у вигляді відсотків або приросту вартості інвестицій.

- марксистський підхід стверджує, що капітал — це товар, який приносить додаткову вартість, створювану через використання робочої сили [10].

В науковій літературі капітал підприємства розглядається у двох основних формах:

- майнова форма — включає матеріальні та нематеріальні активи, що використовуються підприємством для господарської діяльності, такі як обладнання, будівлі, сировина та патенти. Ці активи відображаються у балансі підприємства та є капіталом у конкретному вираженні.

- фінансова форма — це фінансові ресурси, такі як гроші, акції, облігації та інші фінансові інструменти. Вони використовуються для інвестування, участі у фінансових операціях та управління ризиками. Хоча фінансовий капітал не бере безпосередньої участі у виробничому процесі, він може генерувати дохід через фінансові операції, наприклад, у вигляді відсотків та дивідендів [4].

Розглядаючи економічну природу капіталу підприємства-суб'єкта медіа, можна виділити наступні його характеристики:

- капітал є ключовим чинником у процесі виробництва медіапродукту. У системі факторів виробництва (капітал, земля, праця) саме капітал відіграє вирішальну роль, оскільки об'єднує всі інші фактори в єдину виробничу структуру.

- капітал також представляє фінансові ресурси суб'єкта у сфері медіа, що забезпечують дохід. У цьому контексті він може діяти самостійно від виробничих факторів у вигляді інвестованого капіталу.

- капітал є основним джерелом добробуту його власників. Частина капіталу може вийти з обігу і перейти у власність інвесторів у вигляді доходів, в той час як накопичений капітал забезпечує їхні майбутні потреби.

- капітал підприємства медіа служить головним показником його ринкової вартості. Зокрема, власний капітал визначає розмір чистих активів підприємства. Водночас, рівень власного капіталу показує потенціал залучення додаткових позикових коштів для отримання прибутку [6].

- зміни в капіталі підприємства є важливим індикатором ефективності його діяльності. Швидке зростання власного капіталу свідчить про ефективне використання прибутків та здатність підприємства підтримувати фінансову стабільність за рахунок власних ресурсів. Натомість зниження власного капіталу зазвичай є наслідком збиткової діяльності підприємства [1].

Структура капіталу суб'єкта у сфері медіа піддається впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що необхідно враховувати для забезпечення стабільної фінансово-господарської діяльності та захисту від систематичних і специфічних ризиків.

Власний капітал є основним джерелом фінансування підприємства медіа і включає такі елементи:

- статутний капітал – це сума, зазначена в установчих документах суб'єкта у сфері медіа, яка визначає вартість його акцій (для акціонерних товариств) або заявлений статутний капітал (для інших форм підприємств). В залежності від форми власності та організаційно-правової структури, підприємство може мати статутний або пайовий капітал.

- пайовий капітал – це кошти, які фізичні чи юридичні особи добровільно інвестують у підприємство, придбавши його паї або частки. Пайовий капітал використовується для фінансування діяльності медіапідприємства.

- додатковий капітал – це резерви капіталу, які можуть бути спрямовані на поточні чи майбутні потреби медіапідприємства. Він може

бути накопичений з прибутків, реінвестований або виділений з резервного фонду.

- резервний капітал – це кошти, створені підприємством згідно з законодавством чи статутом для покриття майбутніх ризиків або непередбачуваних витрат.

- нерозподілений прибуток або непокриті збитки – це фінансовий результат суб'єкта у сфері медіа за звітний період, що є різницею між доходами та витратами. Прибуток може бути розподілений серед власників у вигляді дивідендів або залишений у підприємстві для подальшого розвитку [6].

- неоплачений капітал (або невикористаний капітал) – це різниця між оголошеним статутним капіталом і фактично сплаченим. Ця різниця виникає, коли акціонери ще не внесли повну оплату за свої акції. Неоплачений капітал відображає потенційні зобов'язання акціонерів перед підприємством, тобто акціонери ще не сплатили повну вартість акцій, які зобов'язалися придбати.

- вилучений капітал (або збитковий капітал) – це втрата частини або всього власного капіталу медіапідприємства внаслідок збитків, що перевищують нерозподілений прибуток або резервний капітал. Це свідчить про те, що у суб'єкта у сфері медіа не вистачає прибутку чи резервних коштів для покриття збитків, і його власний капітал скорочується. Вилучений капітал сигналізує про фінансові труднощі чи невдачі підприємства [3; 5].

Позиковий капітал, в свою чергу, являє собою капітал, який підприємство у сфері медіа залучає у вигляді позик чи кредитів і зобов'язане повернути кредитору разом з відсотками. Складові позикового капіталу включають:

- короткострокові кредити та позики – фінансові ресурси, надані на короткий період (зазвичай до року). Їх використовують для покриття поточних операційних витрат, таких як закупівля товарів, виплата заробітної плати тощо.

- довгострокові кредити та позики – це кошти, надані на термін, що перевищує один рік. Вони спрямовуються на фінансування великих проєктів, таких як капітальні інвестиції, розширення підприємства, придбання нерухомості або обладнання.

- кредиторська заборгованість – зобов'язання підприємства перед постачальниками і кредиторами, що виникають у процесі ведення господарської діяльності. Вона включає непогашені рахунки та кредити, надані постачальниками товарів чи послуг.

В залежності від стратегії та потреб суб'єкта у сфері медіа, комбінація власного і позикового капіталу дозволяє ефективно забезпечити фінансову стабільність та розвиток. Власний капітал надає підприємству стійкість і контроль з боку власників, тоді як позиковий капітал дає змогу залучити додаткові кошти для розширення діяльності [8].

Побудова структури капіталу медіапідприємства для ефективної фінансово-господарської діяльності повинна здійснюватися на основі наступних принципів:

- оптимізація співвідношення між власним і позиковим капіталом для забезпечення рентабельної діяльності;
- зменшення витрат на обслуговування власного та позикового капіталу;
- планування обсягів та формування структури капіталу відповідно до фінансової стратегії підприємства;
- цільове використання капіталу для максимізації доходів та економічної вигоди;
- дотримання відповідності строковості активів підприємства джерелам капіталу;
- системний підхід до управління капіталом, що враховує ризики на макро- та мікрорівнях;
- науково обґрунтоване залучення додаткових фінансових ресурсів.

Загальну класифікацію капіталу суб'єкта у сфері медіа можна здійснювати на основі різних критеріїв:

1. За належністю до підприємства-суб'єкта медіа виділяють:
 - власний капітал – це кошти, що належать підприємству і використовуються для формування активів;
 - позиковий капітал – грошові ресурси або інші цінності, залучені підприємством для фінансування його діяльності та розвитку.
2. За метою використання капітал поділяється на:
 - продуктивний капітал, що інвестується в операційні активи для підтримки основної діяльності;
 - позичковий капітал, призначений для інвестування у фінансові інструменти чи фондові інвестиції;
 - спекулятивний капітал, спрямований на фінансові операції з метою отримання прибутку від різниці в цінах.
3. За формами інвестування капітал можна поділити на:
 - грошовий капітал – це фінансові ресурси, представлені грошима або їх еквівалентами. Він може бути використаний для придбання активів або інвестування у різні проекти;
 - матеріальний капітал – реальні активи, такі як будівлі, машини, обладнання, сировина. Його інвестування спрямоване на розвиток виробництва та покращення технологічних процесів;
 - нематеріальний капітал – інтелектуальні активи, такі як патенти, бренди, ноу-хау. Цей капітал допомагає підприємству розвивати інновації та зміцнювати конкурентні переваги.
4. За метою інвестування виділяють:
 - основний капітал, що інвестується в необоротні активи;
 - оборотний капітал, що інвестується в оборотні активи підприємства.
5. За формою існування в процесі кругообігу капітал поділяється на:

- грошовий капітал – перший етап кругообігу, коли капітал використовується для придбання ресурсів та оплати праці;
- виробничий капітал – другий етап, коли капітал інвестується у виробничі активи, такі як обладнання та будівлі, для створення продукції;
- товарний капітал – завершальний етап, коли товари або послуги продаються, а капітал знову набуває грошової форми.

6. За формою власності капітал підприємства можна поділити на:

- приватний капітал, що належить приватним особам або підприємствам. Його власники контролюють діяльність підприємства і несуть ризики;
- державний капітал, що належить державі або державним організаціям. Держава може використовувати цей капітал для фінансування державних підприємств або інвестицій у приватні підприємства.

7. За організаційно-правовою формою виділяють:

- акціонерний капітал – це капітал акціонерних товариств;
- пайовий капітал – характерний для товариств з обмеженою відповідальністю та інших партнерських форм;
- індивідуальний капітал – належить індивідуальним підприємствам.

8. В економічних процесах капітал може бути:

- працюючим – активно використовується в операційній діяльності, включаючи фінансування поточних витрат на виробництво та маркетинг;
- непрацюючим – не використовується у виробничому процесі, зберігається у вигляді резервів або інвестицій, таких як нерухомість, акції чи банківські депозити.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Отже, підсумовуючи, капітал підприємства - суб'єкта у сфері медіа є сукупністю грошових, матеріальних та нематеріальних ресурсів, що спрямовані на створення й розвиток активів. Він включає як власні, так і позикові кошти, що забезпечують фінансову основу підприємства і використовуються для його операційної діяльності, інвестицій та розвитку.

Перспективи подальших досліджень доцільно зосередити на оптимізації структури капіталу, що дозволить підвищити фінансову стійкість, рентабельність та зменшити фінансові ризики. Це забезпечить стабільний розвиток підприємства у сфері медіа та зростання його ринкової вартості, що має ключове значення в умовах сучасної економічної невизначеності.

Література

1. Бланк І. А. Управління формуванням капіталу. Київ: Ніка-Центр, 2002. 512 с.
2. Брігхем Є. Основи фінансового менеджменту. Київ: Молодь, 1997. 1000 с.
3. Ізюмська В. А. Аналіз теоретичних підходів до визначення дефініції «капітал підприємства». *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1102/1059> (дата звернення: 15.08.2025).
4. Квасницька Р. С. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва: навч. посіб. Львів: Магнолія-2000, 2013. 631 с.
5. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2008. 520 с.
6. Ковальова О. М. Обґрунтування теоретичних засад управління структурою капіталу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. № 12. С. 14-20. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-14-20> (дата звернення: 15.08.2025).
7. Круш П. В., Мастюк Д. О. Еволюція теоретичних підходів визначення сутності капіталу підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2015. Вип. 12. С. 198-206. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/ab38819a-c379-48e7-bff8-b0de1f3403be/content> (дата звернення: 15.08.2025).
8. Brealey R. A., Myers S. C. Principles of Corporate Finance, 10th edition. 2011. 969 p.

9. Югас Е. Ф., Олексик О. І. Економічна сутність та види капіталу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2014, № 2(43). С. 63-67. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/1979?locale=uk> (дата звернення: 15.08.2025).

10. Богацька Н. М. Регулювання валютного ринку національним банком України. *Ефективна економіка*. 2018. Т. 3. С. 1-5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6164> (дата звернення: 15.08.2025).

11. Катан Л. І., Бровко Л. І., Дуброва Н. П. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. Суми: «Довкілля», 2005. 184 с.

12. Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2006. 520 с.

References

1. Blank, I.A. (2002), *Upravlinnia formuvanniam kapitalu* [Management of capital formation], Nika-Tsentr, Kyiv, Ukraine.

2. Brihkhem, Ye. (1997), *Osnovy finansovoho menedzhmentu* [Fundamentals of Financial Management], Molod', Kyiv, Ukraine.

3. Iziums'ka, V.A. (2022), “Analysis of theoretical approaches to the definition of "capital of an enterprise"”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], vol. 35, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1102/1059> (Accessed 15 August 2025).

4. Kvasnyts'ka, R.S. (2013), *Finansova diial'nist' sub'iektiv pidpriemnytstva* [Financial activities of business entities], Mahnoliia-2000, L'viv, Ukraine.

5. Klymenko, S.M. (2008), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Managing the competitiveness of an enterprise], KNEU, Kyiv, Ukraine.

6. Koval'ova, O. M. (2019), “Substantiation of the theoretical principles of managing the capital structure of an enterprise”, *Biznes Inform*, [Online], no. 12,

available at: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-14-20> (Accessed 15 August 2025).

7. Krush, P.V. and Mastiuk, D.O. (2015), “Evolution of theoretical approaches to determining the essence of enterprise capital”, *Ekonomichnyj visnyk NTUU «KPI»*, [Online], vol. 12, available at: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/ab38819a-c379-48e7-bff8-b0de1f3403be/content> (Accessed 15 August 2025).

8. Brealey, R. and Myers, S. (2011), *Principles of Corporate Finance*, 10th ed. USA.

9. Yuhas, E.F. and Oleksyk, O.I. (2014), “Economic essence and types of enterprise capital”, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu*, [Online], no. 2(43), available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/1979?locale=uk> (Accessed 15 August 2025).

10. Bohats'ka, N. M. (2018), “Regulation of the foreign exchange market by the National Bank of Ukraine”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6164> (Accessed 15 August 2025).

11. Katan, L.I., Brovko, L.I. and Dubrova, N.P. (2005), *Finansovyj menedzhment* [Financial management], Dovkillia, Sumy, Ukraine.

12. Chorna, O.Ye. (2006), *Finansovyj menedzhment* [Financial management], TsNL, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 17.08.2025 р.