

Економіка

УДК 336.1.003.13

**Лесик Лілія Іванівна**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Лэсык Лилия Ивановна**

*кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций  
Национальный университет «Львовская политехника»*

**Lesyk Lilia**

*PhD, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Business Economics and Investment  
Lviv Polytechnic National University  
ORCID: 0000-0003-1324-9027*

**Симак Анастасія Валеріївна**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Сымак Анастасия Валерьевна**

*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономики предприятия и инвестиций  
Национальный университет «Львовская политехника»*

**Symak Anastasiya**

*PhD, Associate Professor of the  
Department of Business Economics and Investment  
Lviv Polytechnic National University  
ORCID: 0000-0001-6371-2206*

**Ємельянов Олександр Юрійович**

*доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри економіки підприємства та інвестицій  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Емельянов Александр Юрьевич**

*доктор экономических наук, доцент,  
профессор кафедры экономики предприятия и инвестиций  
Национальный университет «Львовская политехника»*

**Yemelyanov Olexandr**

*Doctor of Economics, Associate Professor,  
Professor of the Department of Business Economics and Investment  
Lviv Polytechnic National University  
ORCID: 0000-0002-1743-1646*

**Бреньо Анна Віталіївна**

*студентка Інституту економіки і менеджменту  
Національного університету «Львівська політехніка»*

**Брэньо Анна Витальевна**

*студентка Інститута економіки і менеджмента  
Национального университета «Львовская политехника»*

**Breno Anna**

*Student of the Institute of Economics and Management  
Lviv Polytechnic National University*

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ  
ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ПОБУДОВИ ІЄРАРХІЇ ЇХНІХ  
ВЛАСТИВОСТЕЙ**

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТЬЮ  
ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ПОСТРОЕНИЯ ИЕРАРХИИ ИХ  
СВОЙСТВ**

**FEATURES MANAGING OF THE ENTERPRISES MARKET VALUE  
ON THE BASIS OF BUILDING A HIERARCHY OF THEIR  
PROPERTIES**

*Анотація.* Управління підприємствами потребує попереднього встановлення основної цілі їхньої діяльності. Однією з найбільш узагальнених цілей функціонування підприємств є забезпечення максимізації їх ринкової вартості. Цей критерій певним чином поєднує у собі низку менш узагальнених критеріїв, зокрема критерій максимізації чистого прибутку. Водночас, інтегральний характер такого оціночного показника як ринкова вартість підприємства зумовлює значну складність, яка постає при його обчисленні. Це викликано тим, що на величину ринкової вартості суб'єктів господарювання впливає ціла низка різноманітних чинників, які утворюють певну ієрархію. Виділення цієї ієрархії дає змогу не лише встановити обґрунтовану величину ринкової вартості суб'єктів господарювання, але й розробити дієві механізми управління цією вартістю. Зокрема, таке управління повинно передбачати певний вплив на чинники, які прямо чи опосередковано визначають вартість підприємств. Серед іншого, кількісні або якісні характеристики зазначених чинників можна ототожнити із певними властивостями об'єктів, які є джерелами впливу на величину ринкової вартості компаній. Такими об'єктами можуть виступати підприємство як цілісний майновий комплекс, його окремі підрозділи, елементи ресурсного забезпечення, складники зовнішнього середовища тощо. Метою цієї роботи є встановлення особливостей управління ринковою вартістю підприємств на засадах побудови ієрархії їхніх властивостей. Визначено головні

*різновиди властивостей підприємства та його складників. Виконано групування та побудовано ієрархію таких властивостей. Розглянуто механізм проєкції однієї властивості на іншу. Показано, що формування ринкової вартості підприємств є процесом, який відображається у впливі їхніх властивостей нижчого рівня на властивості вищого рівня. При цьому ієрархія досліджуваних властивостей є достатньо складною, що відображається не лише у вертикальних, але й горизонтальних зв'язках між ними. Отримані результати можуть бути використані менеджерами та фахівцями підприємств при розробленні заходів із забезпечення зростання їх ринкової вартості, а також оцінювачами підприємств при встановленні величини їх вартості на засадах дохідного підходу до її визначення.*

**Ключові слова:** *підприємство, ринкова вартість, чинник, властивість, ієрархія, управління вартістю.*

**Аннотація.** *Управление предприятиями требует предварительного установления основной цели их деятельности. Одной из наиболее обобщенных целей функционирования компаний является обеспечение максимизации их рыночной стоимости. Этот критерий определенным образом совмещает в себе ряд менее обобщенных критериев, в том числе критерий максимизации чистой прибыли. В то же время, интегральный характер такого оценочного показателя как рыночная стоимость предприятия обуславливает значительную сложность, которая возникает при его исчислении. Это вызвано тем, что на величину рыночной стоимости хозяйствующих субъектов влияет целый ряд различных факторов, которые образуют определенную иерархию. Выделение этой иерархии позволяет не только установить обоснованную величину рыночной стоимости хозяйствующих субъектов, но и разработать действенные механизмы управления этой стоимостью. В*

*частности, такое управление должно предусматривать определенное влияние на факторы, прямо или косвенно определяющие стоимость предприятий. Среди прочего, количественные или качественные характеристики указанных факторов можно отождествить с определенными свойствами объектов, которые являются источниками влияния на величину рыночной стоимости компаний. Такими объектами могут выступать предприятие как целостный имущественный комплекс, его отдельные подразделения, элементы ресурсного обеспечения, составляющие внешней среды. Целью этой работы является установление особенностей управления рыночной стоимостью предприятий на основе построения иерархии их свойств. Определены главные разновидности свойств предприятия и его составляющих. Выполнена группировка и построена иерархия таких свойств. Рассмотрен механизм проекции одного свойства на другое. Показано, что формирование рыночной стоимости предприятий является процессом, отражающимся во влиянии их свойств низшего уровня на свойства более высокого уровня. При этом иерархия исследуемых свойств достаточно сложна, что отражается не только в вертикальных, но и горизонтальных связях между ними. Полученные результаты могут быть использованы менеджерами и специалистами предприятий при разработке мер по обеспечению роста их рыночной стоимости, а также оценщиками предприятий при установлении величины их стоимости на основе доходного подхода к ее определению.*

**Ключевые слова:** *предприятие, рыночная стоимость, фактор, свойство, иерархия, управление стоимостью.*

**Summary.** *Enterprises management requires prior establishment of the main purpose of their activities. One of the most generalized goals of enterprises is to maximize their market value. This criterion in some way combines a*

*number of less generalized criteria, particularly the criterion of maximizing net profit. At the same time, the integral nature of such an estimated indicator as the market value causes a significant difficulty that arises in its calculation. This is related to the fact that the market value of business entities is influenced by a number of different factors that form a certain hierarchy. The allocation of this hierarchy allows not only to establish a reasonable dimension of the market value, but also to develop effective mechanisms for managing this value. Particularly, such management should provide some influence on the factors that directly or indirectly determine the enterprises value. Among other things, the quantitative or qualitative characteristics of these factors can be identified with certain object properties that are influence sources on the market value of companies. Such objects can be an enterprise as a whole property complex, its separate divisions, elements of resource provision, components of the external environment, etc. The research aim is to establish the managing features the market value of enterprises on the basis of building a hierarchy of their properties. The main types of the enterprise properties and its components were determined. The grouping of such properties was performed and their hierarchy was built as well. The mechanism of projection of one property on another was considered. The fact that the formation of the enterprises market value is a process that is reflected in the influence of their lower level properties on the higher level properties has been showed. The hierarchy of the studied properties is quite complex, which is reflected not only in the vertical but also in the horizontal relationships between them. The obtained results can be used by enterprises managers and specialists by the development of measures to ensure the growth of their market value, as well as enterprises appraisers in establishing the dimensions of their value on the basis of a profitable approach to their definition.*

**Key words:** *enterprise, market value, factor, power, hierarchy, value management.*



**Постановка проблеми.** Зростання фінансово-економічних результатів господарської діяльності повинно відбуватися на засадах розроблення та впровадження різноманітних заходів щодо забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств, зокрема їх технологічного та технічного розвитку. Внаслідок цього підвищується конкурентоспроможність суб'єктів господарювання та збільшується ефективність використання їх економічних ресурсів. Важливе значення для вибору заходів із забезпечення економічного розвитку підприємств має попереднє формування його обґрунтованої стратегії. При цьому необхідним є встановлення критерію, за допомогою якого можна було б визначити, чи відбувається економічний розвиток певного підприємства. Одним з найбільш узагальнюючих таких критеріїв є зростання ринкової вартості підприємства. Ця вартість характеризує величину економічного потенціалу суб'єкта господарювання, однак її визначення є складним завданням, оскільки на ринкову вартість підприємства впливає багато факторів. Оцінювання ринкової вартості суб'єктів господарювання потребує розуміння механізму її формування. Цей механізм повинен враховувати наявність у підприємств та їх складників (підрозділів, елементів ресурсного забезпечення тощо) низки різноманітних властивостей. При цьому ринкову вартість підприємств слід розглядати як узагальнюючу їх характеристик, формування якої відбувається у взаємодії різних видів властивостей суб'єктів господарювання, їхніх складників та зовнішнього середовища функціонування.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання оцінювання та управління ринковою вартістю підприємств знаходяться у центрі уваги багатьох науковців. Зокрема, суттєвих успіхів у вирішенні зазначених питань досягли такі вчені, як О. В. Дейнека [1], О. Г. Денисюк [2], З. О. Коваль [3], А. М. Кулик [4], І. О. Максименко [5], Н. А. Мамонтова [6], С. І. Тарасенко [7], О. О. Хімїон [8], Н. А. Чугрій [9], Ю. Г. Шишова [10] та ін.

Серед іншого, науковцями встановлено основні чинники формування ринкової вартості підприємств, розроблено методи її оцінювання та запропоновано шляхи підвищення величини цієї вартості в сучасних умовах господарювання. Окрему увагу науковцями приділено дослідженню таких чинників формування ринкової вартості підприємств як ризикованість їх діяльності [11] та структура джерел її фінансування [12]. Однак питання встановлення особливостей управління ринковою вартістю підприємств на засадах побудови ієрархії їхніх властивостей на даний час не є вирішеним та потребує проведення додаткових досліджень.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є встановлення особливостей управління ринковою вартістю підприємств на засадах побудови ієрархії їхніх властивостей. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких головних завдань: згрупувати види властивостей підприємств; встановити взаємозв'язки між окремими з цих властивостей; побудувати модель ієрархії властивостей, яка описує процес формування ринкової вартості підприємств; встановити можливості використання цієї моделі в управлінні ринковою вартістю суб'єктів господарювання.

**Виклад основного матеріалу.** Реалізація наявного у підприємства потенціалу його економічного розвитку відображається у покращенні певних властивостей суб'єкта господарювання або окремих його складників (для прикладу, певних елементів ресурсного забезпечення його діяльності). При цьому слід відмітити існування значної кількості властивостей (характеристик) як підприємства, так і його складників. Зокрема, ці властивості піддаються групуванню за такими головними ознаками: за наявністю (чи відсутністю) прояву відносно зовнішнього середовища суб'єкта підприємництва (внутрішні та зовнішні властивості); за можливістю їх змін (консервативні, умовно консервативні та змінні (керовані або некеровані) властивості); за ступенем їх узагальненості



(базові, ключові та критеріальні властивості); за впливом певних властивостей на зміну іншої властивості або на появу нової властивості підприємства (властивості: опосередкованого впливу, прямого впливу (посилюючі або послаблюючі) та нейтральні).

При цьому під зовнішніми властивостями (характеристиками) підприємства варто розуміти ті, які воно проявляє у процесі взаємовідносин зі своїм зовнішнім середовищем. На відміну від зовнішніх, внутрішні властивості іманентні підприємству, не залежать від його зовнішнього середовища та, відповідно, не змінюються при зміні цього середовища (для прикладу, внутрішніми властивостями є кількісні характеристики складових ресурсного забезпечення підприємства: кількість устаткування, чисельність працівників тощо). Якщо у процесі взаємовідносин підприємства зі своїм зовнішнім середовищем суб'єкт господарювання виконує певні функції, то за таких умов властивості цього виконання слід називати функціональними. Очевидним є те, що рівень функціональних властивостей підприємства не є величиною сталою, а змінюватиметься при зміні умов зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство.

Розглядаючи різновиди властивостей підприємства з точки зору ієрархічного співвідношення потрібно, передусім, поділити їх на властивості, що є притаманними: підприємству загалом як цілісному майновому комплексу; окремим підсистемам підприємства; окремим видам ресурсів підприємства; господарським процесам на підприємстві; активам та капіталу суб'єкта господарювання; продукції підприємства; управлінським рішенням, які ухвалюються власниками та менеджерами підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Ієрархія властивостей підприємства

Джерело: складено авторами

Окрім властивостей самого підприємства та його складників, у процесі оцінювання потенціалу економічного розвитку суб'єкта господарювання потрібно враховувати та аналізувати також і властивості його зовнішнього середовища. Це зумовлено тим, що, як вже зазначалося вище, стан зовнішнього середовища підприємства суттєво впливає на потенціал його економічного розвитку. Зокрема, до властивостей зовнішнього середовища підприємства слід віднести мінливість,

передбачуваність, конкурентність, надійність (стосовно контрагентів підприємства) тощо.

Слід відзначити, що аналізування властивостей підприємства та його складників повинно передбачати побудову відповідних ланцюжків властивостей. За таких умов будуються проєкції властивостей інших об'єктів, процесів та зовнішнього середовища на властивості оцінюваного об'єкта (таким об'єктом у даному випадку виступатиме підприємство, його складники та зовнішнє середовище його функціонування).

Як зазначалося вище, одним з різновидів властивостей підприємств є їх критеріальні властивості, що характеризуються найвищим ступенем узагальненості. Однією з них, безперечно, є ринкова вартість суб'єктів господарювання, оскільки її максимізація належить до узагальнених цілей діяльності багатьох підприємств. Щодо часткових функціональних властивостей підприємства, то до них можна віднести конкурентоспроможність, гнучкість, фінансову стійкість, кредитоспроможність тощо.

Оцінювання ринкової вартості суб'єктів господарювання потребує розуміння механізму її формування. Отже, необхідною є побудова ланцюжків часткових властивостей, які у кінцевому рахунку формують ринкову вартість суб'єкта господарювання.

Зокрема, ринкова вартість підприємства може розглядатися як функція трьох головних властивостей, а саме – прибутковості підприємства (здатності отримувати прибуток), ризикованості господарської діяльності та ліквідності активів суб'єкта підприємництва. Своєю чергою, прибутковість підприємства залежатиме від його дохідності та витратності (здатності нести витрати). Ризикованість діяльності визначається економічною стійкістю підприємства, а також мінливістю та непередбачуваністю зовнішнього середовища. Зрештою, ліквідність активів підприємства залежить від їх обсягів та структури.

Описані ланцюжки властивостей можна продовжувати. Зокрема, дохідність підприємства визначається ціною продукції та натуральними обсягами її виробництва і збуту. Ці обсяги, а також величини питомих витрат є факторами формування витратності підприємства. Щодо економічної стійкості підприємства, то вона визначається такими основними його властивостями як економічна захищеність, економічна вразливість та адаптивність. Остання, своєю чергою, залежить від гнучкості підприємства та, окрім того, від мінливості та непередбачуваності зовнішнього середовища його функціонування (рис. 2).

Загалом, ланцюжки властивостей підприємства можуть бути досить довгими, а зв'язки між ними – не лише вертикальними, але й горизонтальними та діагональними. Проте базовими властивостями, з яких беруть початок усі їх ланцюжки, завжди виступатимуть рівні компетентності управлінських працівників підприємства щодо управління його ресурсами. Підвищення цих рівнів із подальшим використанням механізму проекції властивостей у кінцевому рахунку призводитиме до зростання величини ринкової вартості компаній.

Отже, процес формування ринкової вартості підприємства є складним та багатоаспектним (рис. 2).

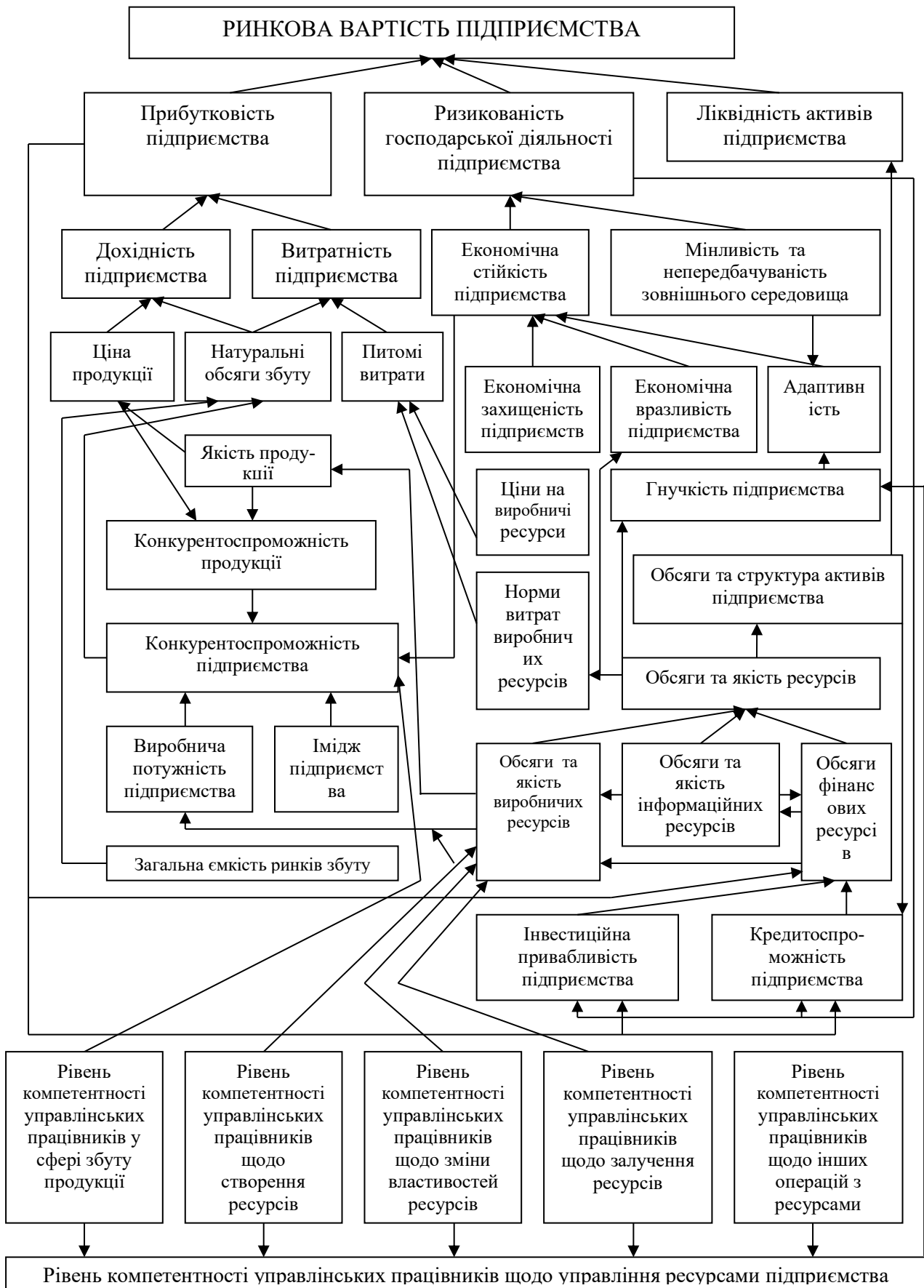


Рис. 2. Модель формування ринкової вартості підприємства

Джерело: складено авторами

З урахуванням викладеного можливо побудувати багатофакторну ієрархічну модель оцінювання потенціалу підвищення ринкової вартості підприємства за критерієм максимізації різниці між приростом цієї вартості та величиною додаткових інвестицій, що спрямовуються у її збільшення. У загальному випадку ця модель має такий вигляд:

$$Z = f(Y_1, Y_2, Y_3); \quad (1)$$

$$Y_1 = f_1(Y_{11}, Y_{12}); \quad (2) \quad Y_2 = f_2(Y_{21}, Y_{22}); \quad (3) \quad Y_3 = f_3(Y_{31}, Y_{32}), \quad (4)$$

де  $Z$  – критерій оптимізації ринкової вартості підприємства, грошових одиниць;  $Y_1$  – оптимальний приріст середньорічного чистого прибутку підприємства, грошових одиниць;  $Y_2$  – оптимальна ставка капіталізації прибутку підприємства;  $Y_3$  – оптимальні інвестиції у розвиток підприємства, грошових одиниць;  $Y_{11}$  – оптимальний приріст величини доходу підприємства, грошових одиниць;  $Y_{12}$  – оптимальний приріст величини витрат підприємства, грошових одиниць;  $Y_{21}$  – оптимальний рівень ризикованості активів підприємства;  $Y_{22}$  – оптимальний рівень ліквідності активів підприємства;  $Y_{31}$  – оптимальний рівень капіталомісткості доходу підприємства.

Здійснюючи подальше розкладання показників, представлених у формулах (1) – (4), можна перейти до керованих властивостей підприємства та його складників, а також зовнішнього середовища, зміна яких дає змогу реалізувати потенціал підвищення ринкової вартості підприємства.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Існує значна кількість властивостей (характеристик) як підприємства, так і його складників. Зокрема, ці властивості піддаються групуванню за такими головними ознаками: за наявністю (чи відсутністю) прояву відносно зовнішнього середовища суб'єкта підприємництва (внутрішні та зовнішні властивості); за можливістю їх змін (консервативні, умовно консервативні та змінні (керовані або некеровані) властивості); за ступенем їх



узагальненості (базові, ключові та критеріальні властивості); за впливом певних властивостей на зміну іншої властивості або на появу нової властивості підприємства (властивості: опосередкованого впливу, прямого впливу (посилюючі або послаблюючі) та нейтральні). Оцінювання ринкової вартості суб'єктів господарювання потребує розуміння механізму її формування. Цей механізм повинен враховувати наявність у підприємств та їх складників (підрозділів, елементів ресурсного забезпечення тощо) низки різноманітних властивостей. Однією з головних критеріальних властивостей підприємства є його ринкова вартість. Цю вартість слід розглядати як узагальнюючу характеристику, формування якої відбувається у взаємодії різних видів властивостей суб'єктів господарювання, їхніх складників та зовнішнього середовища функціонування. Отже, необхідною є побудова ланцюжків часткових властивостей, які у кінцевому рахунку формують ринкову вартість суб'єкта господарювання. Ланцюжки властивостей підприємства можуть бути досить довгими, а зв'язки між ними – не лише вертикальними, але й горизонтальними та діагональними. Проте, базовими властивостями, з яких беруть початок усі їх ланцюжки, завжди виступатимуть рівні компетентності управлінських працівників підприємства щодо управління його ресурсами. Підвищення цих рівнів із подальшим використанням механізму проєкції властивостей у кінцевому рахунку призводитиме до зростання величини ринкової вартості компаній. Наступні дослідження потребують деталізації формалізованих моделей формування зазначених ланцюжків властивостей.

### **Література**

1. Дейнека О. В., Дехтяр Н. А., Пігуль Є. І. Актуальні питання управління вартістю підприємства // Економіка та суспільство. 2017. № 12. С. 240–245.

2. Денисюк О. Г. Максимізація вартості підприємства як результат ефективного управління персоналом // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2016. № 1(75). С. 70-77.
3. Коваль З. О. Оцінювання ефективності вартісно-орієнтованого управління підприємством в екосистемі інновацій // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 714. С. 348-357.
4. Кулик А. М., Корецька О. В. Формування системи факторів вартості підприємства // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». 2017. № 24. С. 112-116.
5. Максименко І. О., Бокій В. І. Ринкова вартість підприємства як результат реалізації його економічного потенціалу // Вісник Хмельницького національного університету. 2008. № 3 (1). С. 192-221.
6. Мамонтова Н. А. Побудова системи управління вартістю компанії // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 1(103). С. 21-26.
7. Тарасенко С. І. Формування системи факторів вартості підприємства // Культура народів Причорномор'я. 2006. № 80. С. 149-153.
8. Хіміон О. О. Теоретичні і методичні засади оцінки управління вартістю компанії // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 5(107). С. 150-158.
9. Чугрій Н. А. Роль нематеріальних активів у капіталізації вартості підприємств: зарубіжний досвід та вітчизняні реалії // Проблеми системного підходу в економіці. 2018. № 5 (67). С. 204-210.
10. Шишова Ю. Г., Костель М. В. Вартісно-орієнтоване управління підприємствами в умовах екологоорієнтованого розвитку на основі методу вартісних розривів // Проблеми економіки. 2013. № 4. С. 206-214.
11. Lesinskyi V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Koleshchuk O. Substantiation of projects that account for risk in the resource-saving

technological changes at enterprises // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. Vol. 6, Issue 1. P. 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.149942>

12. Yemelyanov O., Petrushka T., Symak A., Trevoho O., Turylo A., Kurylo O., Danchak L., Symak D., Lesyk L. Microcredits for Sustainable Development of Small Ukrainian Enterprises: Efficiency, Accessibility, and Government Contribution // *Sustainability*. 2020. Vol. (12(15)). P. 6184. doi: <https://doi.org/10.3390/su12156184>

### References

1. Dejneka O. V., Dekhtiar N. A., Pi hul' Ye. I. (2017). Aktual'ni pytannia upravlinnia vartistiu pidpriumstva. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 12, 240–245.
2. Denysiuk O. H. (2016). Maksymizatsiia vartosti pidpriumstva yak rezul'tat efektyvnoho upravlinnia personalom. *Visnyk ZhDTU. Serii: Ekonomichni nauky*, 1(75), 70–77.
3. Koval' Z. O. (2011). Otsiniuvannia efektyvnosti vartisno-orientovanoho upravlinnia pidpriumstvom v ekosystemi innovatsij. *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika»*, 714, 348–357.
4. Kulyk A., M., Korets'ka O. V. (2017). Formuvannia systemy faktoriv vartosti pidpriumstva. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu «Kharkivs'kyj politekhnichnyj instytut»*, 24, 112-116.
5. Maksymenko I. O., Bokij V. I. (2008). Rynkova vartist' pidpriumstva yak rezul'tat realizatsii joho ekonomichnoho potentsial. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, 3 (1), 192–221.
6. Mamontova N. A. (2010). Pobudova systemy upravlinnia vartistiu kompanii. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 1(103), 21–26.
7. Tarasenko S. I. (2006). Formuvannia systemy faktoriv vartosti pidpriumstva. *Kul'tura narodov Prychernomor'ia*, 80, 149-153.

8. Khimion O. O. (2010). Teoretychni i metodychni zasady otsinky upravlinnia vartistiu kompanii. Aktual'ni problemy ekonomiky, 5(107), 150–158.
9. Chuhrij N. A. (2018). Rol' nematerial'nykh aktyviv u kapitalizatsii vartosti pidpriemstv: zarubizhnyj dosvid ta vitchyzniani realii. Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi, 5 (67), 204–210.
10. Shyshova Yu. H., Kostel' M. V. (2013). Vartisno-oriientovane upravlinnia pidpriemstvamy v umovakh ekolohooriiientovanoho rozvytku na osnovi metodu vartisnykh rozryviv. Problemy ekonomiky, 4, 206–214.
11. Lesynskyi V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Koleshchuk O. (2018). Substantiation of projects that account for risk in the resource-saving technological changes at enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 6, 1, 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.149942>
12. Yemelyanov O., Petrushka T., Symak A., Trevoho O., Turylo A., Kurylo O., Danchak L., Symak D., Lesyk L. (2020). Microcredits for Sustainable Development of Small Ukrainian Enterprises: Efficiency, Accessibility, and Government Contribution. Sustainability, (12(15)), 6184. doi: <https://doi.org/10.3390/su12156184>