

Олег А. Ладиненко*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ФІНАНСОВИХ КРИЗ

Управління вартістю бізнесу є важливим для забезпечення стабільності та розвитку підприємств в умовах фінансових криз. Метою даного дослідження є розробка організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз, що дозволить забезпечити ефективну діяльність підприємств та мінімізувати негативні наслідки економічних потрясінь. Для досягнення поставлених завдань у даному дослідженні використано наступні загальнонаукові методи пізнання: аналізу, синтезу, порівняння та аналогій, системний підхід. У статті розглянуто основні підходи до оцінки вартості бізнесу, а також методи та фактори, що сприяють підвищенню ефективності управління вартістю в умовах кризових явищ. Визначено, що формування організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз є складним і багатограним процесом, який вимагає системного підходу та врахування різних аспектів діяльності підприємства. Основні компоненти цього процесу включають мету, завдання, фактори, принципи, методи та етапи управління вартістю бізнесу. Обґрунтовано, що формування організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз вимагає комплексного підходу, який включає аналіз поточного стану підприємства, визначення стратегічних цілей, розробку та впровадження ефективних стратегій, а також постійний моніторинг та корекцію заходів. Це дозволяє підприємствам не лише вижити в умовах кризи, але й знайти нові можливості для зростання та розвитку.

Ключові слова: вартість бізнесу, управління, фінансові кризи, розвиток, конкурентоспроможність.

Рис. 3. Літ. 10.

DOI: 10.32752/1993-6788-2025-1-286-271-280

Oleh Ladynenko

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF BUSINESS COST MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF FINANCIAL CRISIS

Business value management is important for ensuring the stability and development of enterprises in conditions of financial crises. The purpose of this study is to develop organizational and methodological principles for managing business value in conditions of financial crises, which will allow ensuring the effective operation of enterprises and minimizing the negative consequences of economic shocks. To achieve the objectives set in this study, the following general scientific methods of cognition were used: analysis, synthesis, comparison and analogy, and a systematic approach. The article considers the main approaches to assessing business value, as well as methods and factors that contribute to increasing the effectiveness of cost management in conditions of crisis phenomena. It is determined that the formation of organizational and methodological principles for managing business value in conditions of financial crises is a complex and multifaceted process that requires a systematic approach and taking into account various aspects of the enterprise's activities. The main components of this process include the goal, objectives, factors, principles, methods, and stages of business value management. It is substantiated that the formation of organizational and methodological principles of business value management in financial crises requires a comprehensive approach, which includes an analysis of the current state of the enterprise, definition of

* National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, Ukraine.

strategic goals, development and implementation of effective strategies, as well as constant monitoring and correction of measures. This allows enterprises not only to survive in crisis conditions, but also to find new opportunities for growth and development.

Keywords: business value, management, financial crises, development, competitiveness.

Peer-reviewed, approved and placed: 20.04.2025.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобальної економічної нестабільності, викликаній фінансовими кризами, питання управління вартістю бізнесу набуває особливої актуальності. Ефективне управління вартістю підприємства є ключовим фактором його стійкості та конкурентоспроможності на ринку.

Управління вартістю бізнесу дозволяє підприємствам ефективно розподіляти ресурси, знижувати витрати та оптимізувати фінансові потоки, що є критичним у періоди економічної нестабільності [1]. Це сприяє підвищенню продуктивності та ефективності бізнес-процесів, що дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними навіть у складних умовах.

Крім цього, управління вартістю бізнесу орієнтоване на довгостроковий розвиток підприємства, що включає інновації, реорганізацію та стратегічне планування для забезпечення стійкого зростання. Це підвищує привабливість підприємства для інвесторів, що є важливим джерелом фінансування в умовах кризових явищ.

Управління вартістю включає оцінку та управління ризиками, що дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни ринкових умов та мінімізувати негативні наслідки фінансових криз. Таким чином, управління вартістю бізнесу є невід'ємною складовою стратегії виживання та розвитку підприємств в умовах фінансових криз.

Фінансові кризи, такі як криза 2008 року та пандемія COVID-19, призводять до значних економічних потрясінь, що впливають на всі аспекти діяльності підприємств. Зниження попиту, проблеми з ліквідністю, зростання боргового навантаження та нестабільність валютних курсів створюють додаткові виклики для бізнесу. У таких умовах ефективне управління вартістю підприємства стає ключовим фактором його стійкості та конкурентоспроможності на ринку.

Це свідчить про те, що ефективне управління вартістю бізнесу може значно підвищити фінансові результати навіть в умовах нестабільності, зростає роль стратегій управління, які можуть мінімізувати збитки. Деякі підприємства все ще стикаються з труднощами, і управління вартістю може допомогти їм покращити свої фінансові показники. Таким чином, вивчення управління вартістю бізнесу є важливим для забезпечення стабільності та зростання підприємств в умовах фінансових криз. Це допоможе підприємствам ефективно використовувати ресурси, мінімізувати збитки та максимізувати прибуток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження управління вартістю бізнесу охоплюють кілька ключових напрямів, кожен з яких має свої особливості та внесок у розвиток теорії та практики. Попов В.М. та Уманець К.А.

розглядають інтеграцію управління вартістю в загальну систему фінансового менеджменту підприємства. Вони акцентують увагу на важливості використання різних методів оцінки вартості, таких як дохідний, майновий та ринковий підходи [2]. Хадарцев О. досліджує економічний зміст вартості підприємства та методичний інструментарій оцінювання вартості, підкреслюючи специфіку факторів формування вартості [1]. Мединцева М.О. та Марченко В.М. надають класифікацію існуючих методів оцінки вартості бізнесу, акцентуючи увагу на важливості вибору найбільш вдалого методу для конкретного об'єкта оцінки [3]. Юрчишена Л.В., Каплунська І.В., Воронкова Т.Є., Приймак Я.В. у досліджують концептуальні підходи до забезпечення фінансової стійкості підприємства, антикризове управління та адаптацію підприємств до сучасних економічних умов [4-5].

Ці дослідження надають глибокий аналіз різних аспектів управління вартістю бізнесу, включаючи теоретичні основи, методичні підходи, сучасні інструменти та концепції. Вони сприяють розвитку теоретичних та практичних підходів до управління вартістю бізнесу, забезпечуючи його стійкість та зростання в умовах фінансових криз. Однак, і сьогодні залишаються суттєві питання, пов'язані з різними аспектами управління вартістю підприємства, які потребують подальшого розкриття організаційно-методичного забезпечення цього процесу.

Метою даного дослідження є розробка організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз, що дозволить забезпечити стабільний розвиток підприємств та мінімізувати негативні наслідки економічних потрясінь. У статті розглянуто основні підходи до оцінки вартості бізнесу, а також методи та фактори, що сприяють підвищенню ефективності управління вартістю в умовах кризових явищ.

Для досягнення поставлених завдань у даному дослідженні використано наступні загальнонаукові методи пізнання: аналізу, синтезу, порівняння та аналогій, системний підхід. У статті також використано графічний метод при побудові схеми організаційно-методичних засад управління вартістю підприємства в умовах кризи.

Основні результати дослідження. Зміна ринкових умов суттєво впливає на управління вартістю підприємства, оскільки вона визначає необхідність адаптації бізнес-стратегій до нових економічних реалій.

За даними UC.Market у 2024 році в Україні зареєстрували 26,7 тисяч нових компаній, що на 2,7% менше відносно 2023 року (рис. 1). Кількість компаній, які припинили діяльність протягом 2024 року, склала 3,3 тисяч, тобто відбулося скорочення на 12,7% відносно 2023 року [6].

За січень-вересень 2024 року фінансовий результат до оподаткування великих та середніх підприємств був позитивний і становив 720,6 млрд. грн. За аналогічний період 2023 року також позитивний – 486,3 млрд. грн [7].

Прибуток досяг 892,8 млрд. грн, або 140,0% порівняно із січнем-вереснем 2023р., збитки склали 172,2 млрд. грн (або 113,6%).

Частка збиткових підприємств за січень–вересень 2024 року становила 24,9%, що на 0,8% більше ніж за січень–вересень 2023 року (рис. 2).

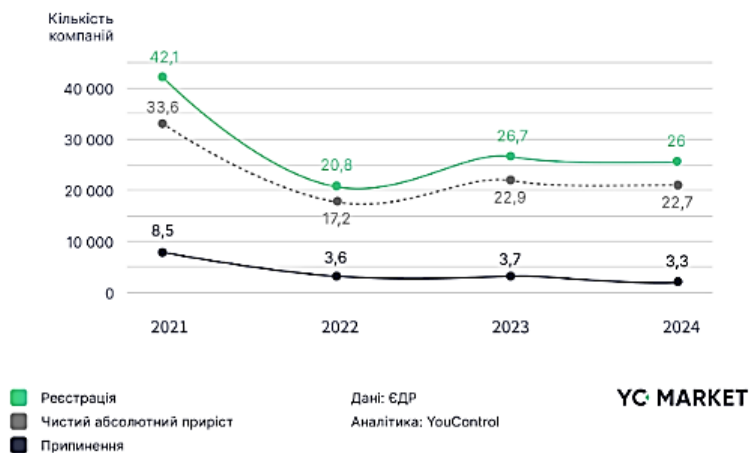


Рис. 1. Динаміка відкриття та закриття компаній, дані ЄДР, YouControl

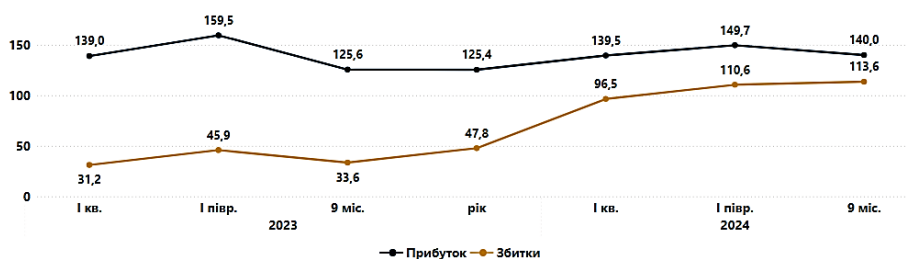


Рис. 2. Темпи зростання (зниження) прибутку та збитків, у % до відповідного року, дані Держстату

У період з 2015 по 2025 рік підприємства стикалися з різноманітними викликами, такими як економічні кризи, зміни в законодавстві, технологічні інновації та зміни в споживчих уподобаннях. Ці фактори вимагали від підприємств перегляду своїх підходів до управління вартістю, щоб забезпечити стійкість та конкурентоспроможність.

Одним із ключових аспектів впливу ринкових умов є необхідність постійного аналізу та моніторингу зовнішнього середовища. Підприємства мають бути готові швидко реагувати на зміни, що відбуваються на ринку, шляхом впровадження нових технологій, оптимізації виробничих процесів та розробки нових продуктів, які відповідають потребам споживачів. Наприклад, використання цифрового маркетингу стало важливим інструментом для підвищення вартості підприємства, оскільки дозволяє досягти більшої аудиторії та забезпечити ефективну взаємодію з клієнтами [8].

Крім того, зміни ринкових умов впливають на ціноутворення, яке є важливим елементом управління вартістю. Зовнішні чинники, такі як попит і пропозиція, визначають рівень цін на продукцію та послуги підприємства. У

ринкових умовах ціни змінюються під впливом попиту та пропозиції, що вимагає від підприємств гнучкості та здатності адаптувати свої цінові стратегії відповідно до змін на ринку.

Таким чином, зміна ринкових умов вимагає від підприємств постійного вдосконалення своїх стратегій управління вартістю, щоб забезпечити стійкість та конкурентоспроможність в умовах нестабільності. Це включає адаптацію до нових технологій, оптимізацію виробничих процесів, розробку нових продуктів та гнучкість у ціноутворенні.

Мета управління вартістю бізнесу в умовах кризи полягає у забезпеченні стійкості та конкурентоспроможності підприємства, а також максимізації його вартості. Це досягається через реалізацію стратегій, спрямованих на адаптацію до змін у зовнішньому середовищі та мінімізацію негативних впливів кризових явищ.

Основні аспекти мети управління вартістю бізнесу в умовах кризи [9]:

- максимізація вартості бізнесу: це ключова мета, яка передбачає збільшення ринкової вартості підприємства шляхом підвищення його прибутковості, ефективності та інвестиційної привабливості, в умовах кризи це може включати реструктуризацію бізнесу, оптимізацію витрат та впровадження інноваційних рішень;

- забезпечення стійкості: підприємства повинні бути здатні витримувати негативні впливи кризових явищ, таких як економічні спади, політична нестабільність або природні катастрофи, це вимагає розробки антикризових стратегій, які включають диверсифікацію джерел доходів, створення резервних фондів та впровадження систем управління ризиками;

- конкурентоспроможність: в умовах кризи підприємства повинні зберігати або навіть підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку, це може включати аналіз конкурентного середовища, розробку нових продуктів або послуг, а також покращення якості обслуговування клієнтів;

- оптимізація витрат: в умовах кризи важливо зменшити витрати без шкоди для якості продукції або послуг. це може включати перегляд постачальників, впровадження енергоефективних технологій та автоматизацію бізнес-процесів;

- підвищення інвестиційної привабливості: Залучення інвестицій є важливим аспектом для забезпечення фінансової стабільності підприємства. В умовах кризи це може включати розробку привабливих інвестиційних пропозицій, покращення фінансової звітності та підвищення прозорості управління.

Ці аспекти допомагають підприємствам не лише вижити в умовах кризи, але й знайти нові можливості для зростання та розвитку.

Принципи управління вартістю бізнесу є основою для прийняття рішень, спрямованих на максимізацію вартості підприємства. Вони забезпечують системний підхід до управління та допомагають досягти стратегічних цілей.

Основні принципи включають [10]:

- прозорість: прозорість у фінансовій звітності та управлінських процесах є ключовим принципом, який забезпечує довіру інвесторів, акціонерів та інших стейкхолдерів, відкритість інформації про фінансовий стан

підприємства дозволяє приймати обґрунтовані рішення та знижує ризики шахрайства;

- ефективність: ефективність управління вартістю бізнесу передбачає оптимальне використання ресурсів для досягнення максимального результату, що включає підвищення продуктивності, зниження витрат та впровадження інноваційних технологій;

- гнучкість: гнучкість дозволяє підприємству швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, це особливо важливо в умовах фінансових криз, коли необхідно оперативно реагувати на нові виклики та можливості;

- стратегічне планування: стратегічне планування включає розробку довгострокових планів розвитку підприємства, які враховують можливі ризики та невизначеності. це дозволяє підприємству зберігати стійкість та конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі;

- орієнтація на довгострокову перспективу: управління вартістю бізнесу повинно бути спрямоване на досягнення довгострокових цілей, а не лише на отримання короткострокового прибутку. це включає інвестування в розвиток, інновації та підвищення кваліфікації персоналу;

Зазначені принципи забезпечують системний підхід до управління вартістю бізнесу, допомагаючи підприємствам досягати своїх стратегічних цілей та зберігати конкурентоспроможність навіть в умовах фінансових криз.

Методи управління вартістю бізнесу є важливими інструментами для оцінки та підвищення вартості підприємства. Вони допомагають визначити реальну вартість бізнесу, враховуючи різні аспекти його діяльності та зовнішнього середовища. Основні методи включають: метод чистих активів, метод ліквідаційної вартості, метод дисконтування грошових потоків (DCF), порівняльний метод, метод ринкових мультиплікаторів [3].

Метод чистих активів базується на оцінці вартості активів підприємства за вирахуванням його зобов'язань. Він використовується для визначення ліквідаційної вартості бізнесу, тобто суми, яку можна отримати в разі продажу всіх активів і погашення всіх боргів. Метод чистих активів є простим у застосуванні, але не враховує майбутні прибутки підприємства.

Метод ліквідаційної вартості схожий на метод чистих активів, але враховує можливі втрати при швидкому продажу активів. Він використовується в ситуаціях, коли підприємство знаходиться на межі банкрутства або ліквідації. Метод ліквідаційної вартості дозволяє отримати мінімальну оцінку вартості бізнесу.

Метод дисконтування грошових потоків (DCF) базується на прогнозуванні майбутніх грошових потоків підприємства та їх дисконтуванні до теперішньої вартості. Метод DCF враховує ризики та невизначеності, пов'язані з майбутніми доходами, і є одним з найпоширеніших методів оцінки вартості бізнесу. Він дозволяє отримати більш точну оцінку вартості підприємства, але вимагає детального аналізу фінансових показників.

Порівняльний метод базується на порівнянні оцінюваного підприємства з аналогічними компаніями на ринку. Він використовує фінансові мультиплікатори, такі як коефіцієнт ціни до прибутку (P/E), коефіцієнт ціни до виручки (P/S) та інші. Порівняльний метод дозволяє швидко оцінити

вартість бізнесу, але залежить від доступності та точності даних про аналогічні компанії.

Метод ринкових мультиплікаторів є різновидом порівняльного методу і базується на використанні ринкових мультиплікаторів для оцінки вартості бізнесу. Він враховує такі показники, як ринкова капіталізація, прибуток, виручка та інші фінансові показники аналогічних компаній. Метод ринкових мультиплікаторів дозволяє отримати швидку оцінку вартості бізнесу, але може бути менш точним у випадках, коли ринок є нестабільним.

Методи допомагають підприємствам оцінити свою вартість та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку та управління бізнесом. Вибір конкретного методу залежить від цілей оцінки, доступності даних та специфіки підприємства.

Етапи управління вартістю бізнесу є важливими складовими процесу, який забезпечує системний підхід до оцінки та підвищення вартості підприємства. Вони включають кілька ключових кроків, кожен з яких має своє значення та вплив на кінцевий результат. Зокрема, можна виділити п'ять основних етапів управління вартістю бізнесу в умовах кризи, серед яких: оцінка поточного стану, визначення цілей, розробка стратегії, впровадження заходів, моніторинг та корекція.

На етапі оцінки поточного стану проводиться детальний аналіз фінансового стану підприємства, його активів, зобов'язань, ринкових умов та конкурентного середовища. Оцінка поточного стану дозволяє визначити сильні та слабкі сторони бізнесу, а також виявити можливості для його розвитку.

Після оцінки поточного стану необхідно визначити стратегічні цілі управління вартістю бізнесу. Це можуть бути цілі, спрямовані на підвищення прибутковості, зниження витрат, збільшення ринкової частки або покращення інвестиційної привабливості. Визначення цілей допомагає сконцентрувати зусилля на найважливіших аспектах розвитку підприємства.

На наступному етапі розробляється стратегія управління вартістю бізнесу, яка включає конкретні заходи та дії для досягнення визначених цілей. Стратегія може включати реструктуризацію бізнесу, впровадження нових технологій, оптимізацію витрат та інші заходи, спрямовані на підвищення вартості підприємства.

Після розробки стратегії необхідно впровадити заплановані заходи. Це може включати зміни в організаційній структурі, впровадження нових бізнес-процесів, навчання персоналу та інші дії, спрямовані на реалізацію стратегії. Впровадження заходів є критичним етапом, який визначає успіх всієї стратегії.

На заключному етапі проводиться постійний моніторинг результатів впроваджених заходів та їх корекція у разі необхідності. Моніторинг дозволяє виявити відхилення від плану та оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Корекція заходів допомагає забезпечити досягнення стратегічних цілей та максимізацію вартості бізнесу.

Ці етапи забезпечують системний підхід до управління вартістю бізнесу, допомагаючи підприємствам досягати своїх стратегічних цілей та зберігати конкурентоспроможність навіть в умовах фінансових криз.

На основі проведеного аналізу було сформовано схему організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз, що наведено на рисунку 3.

Стратегічний аспект управління вартістю бізнесу є ключовим елементом, який забезпечує довгострокове зростання вартості підприємства та його стійкість в умовах фінансових криз. Стратегічний консалтинг включає розробку стратегії капіталізації бізнесу, оптимізацію структури капіталу, визначення справедливої вартості бізнесу та окремих активів, а також фінансове консультування з питань управління вартістю. Завдяки глибокому аналізу і прогнозуванню, стратегічний консалтинг допомагає ухвалювати рішення, які сприяють збільшенню інвестиційної привабливості та підвищенню конкурентоспроможності компанії. Впровадження стратегічних рішень забезпечує довгострокове зростання вартості та оптимальну структуру капіталу, що дозволяє підприємствам більш ефективно залучати фінансування, посилювати свої позиції на ринку і досягати сталого розвитку.

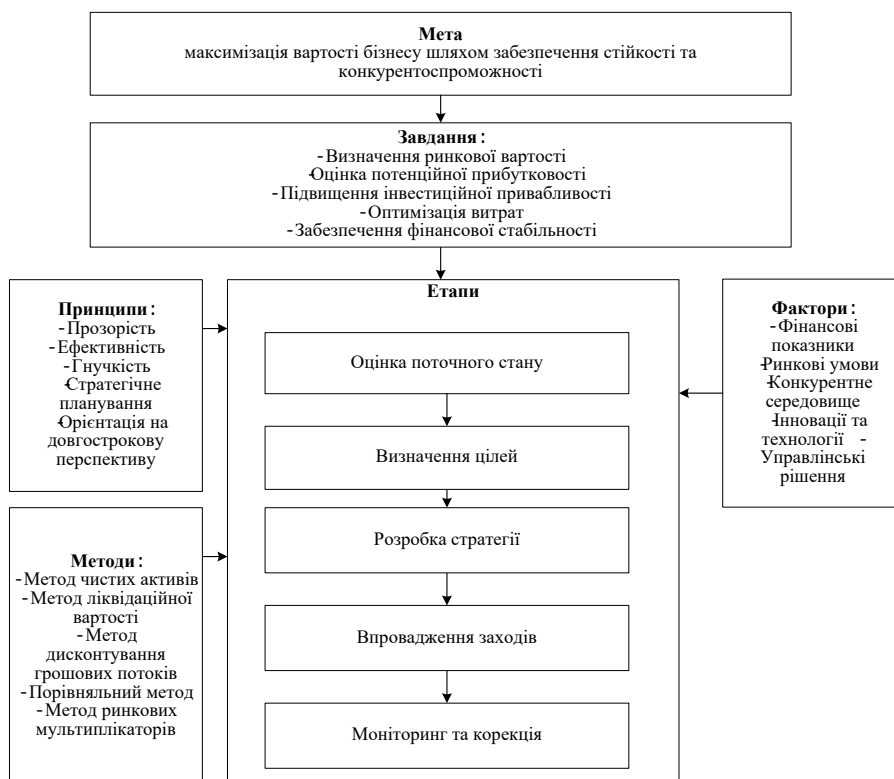


Рис. 3. Формування організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз, розроблено автором

Висновки. Управління вартістю бізнесу відіграє ключову роль в умовах фінансових криз, оскільки дозволяє підприємствам адаптуватися до змінних

економічних умов і забезпечити стійкість та конкурентоспроможність. Основні аспекти ролі управління вартістю бізнесу включають збереження фінансової стабільності, підвищення ефективності, забезпечення довгострокового розвитку, залучення інвестицій та мінімізацію ризиків. Управління вартістю допомагає підприємствам ефективно розподіляти ресурси, знижувати витрати та оптимізувати фінансові потоки, що є критичним у періоди економічної нестабільності. Впровадження стратегій управління вартістю сприяє підвищенню продуктивності та ефективності бізнес-процесів, що дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними навіть у складних умовах. Управління вартістю орієнтоване на довгостроковий розвиток підприємства, що включає інновації, реорганізацію та стратегічне планування для забезпечення стійкого зростання.

Ефективне управління вартістю підвищує привабливість підприємства для інвесторів, що є важливим джерелом фінансування в умовах кризових явищ. Управління вартістю включає оцінку та управління ризиками, що дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни ринкових умов та мінімізувати негативні наслідки фінансових криз.

Формування організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз є складним і багатогранним процесом, який вимагає системного підходу та врахування різних аспектів діяльності підприємства. Основні компоненти цього процесу включають мету, завдання, фактори, принципи, методи та етапи управління вартістю бізнесу.

Таким чином, формування організаційно-методичних засад управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз вимагає комплексного підходу, який включає аналіз поточного стану підприємства, визначення стратегічних цілей, розробку та впровадження ефективних стратегій, а також постійний моніторинг та корекцію заходів. Це дозволяє підприємствам не лише вижити в умовах кризи, але й знайти нові можливості для зростання та розвитку.

Перспективні напрямки подальших досліджень у сфері управління вартістю бізнесу в умовах фінансових криз включають кілька ключових аспектів. Особливо варто виділити зростаючий вплив цифрових технологій на управління вартістю бізнесу, зокрема використання штучного інтелекту та великих даних для прогнозування фінансових показників та оптимізації бізнес-процесів, а також вивчення стратегій стійкості та адаптації підприємств до змін у зовнішньому середовищі, включаючи екологічні та соціальні фактори. Ці напрямки досліджень сприятимуть розвитку теоретичних та практичних підходів до управління вартістю бізнесу, забезпечуючи його стійкість та зростання в умовах фінансових криз.

1. Хадарцев, О. Проблеми управління вартістю підприємства в сучасних умовах господарювання. Економіка та суспільство. 2023. 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-93>

2. Попов В.М., Уманець К.А. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту. Наукові записки КНТУ. 2021. Вип.11. Ч.ІІ. С. 188-192.

3. Мединцева М. О., Марченко В. М. Методичні підходи до оцінювання вартості бізнесу. Актуальні проблеми економіки та управління. 2015. № 9. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/643cb349-feb6-43e2-98bc-121a077a9939/content>

4. Юришнена Л. В., Каплунська, І. В. Концептуальний підхід до забезпечення фінансової стійкості підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 12. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.43>
5. Воронкова Т. Є., Приймак Я. В. Трансформація антикризового управління в сучасних економічних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9447>. Doi: 10.32702/2307-21052021.10.96
6. У 2024 році створено на 3% менше компаній від 2023 року. *YC.Market*. 2025. URL: <https://skilky-skilky.info/u-2024-rotsi-stvoreno-na-3-menshe-kompaniy-vid-2023-roku/>
7. Фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств за січень–вересень 2024 року. *Держстат*. 2024. URL: <https://stat.gov.ua/uk/publications/finansovi-rezultaty-diyalnosti-velykykh-ta-serednikh-pidpryemstv-za-sichen-veresen>
8. Ареф'єва О. В., Ареф'єв С. О. Управління комплексною вартістю підприємства через інструменти цифрового маркетингу. *Business Inform*. 2023. №3, С. 211-220. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-211-220>
9. Брезіцька О. В. Управління вартістю: фактори формування вартості підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури (економічні науки)*. Збірник наукових праць. 2021. №31. URL: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/346/335>
10. Петецький І. Вплив концепції value-based management на вартість підприємства. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. № 10 (311). С. 17-22.

-
1. Khadartsev, O. Problemy upravlinnia vartistiu pidpriemstva v suchasnykh umovakh hospodarivannia. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-93>
 2. Popov V.M., Umanets K.A. Upravlinnia vartistiu pidpriemstva v systemi finansovoho menedzhmentu. *Naukovi zapysky KNTU*. 2021. Vyp.11. Ch.II. S. 188-192.
 3. Medyntseva M. O., Marchenko V. M. Metodichni pidkhody do otsiniuvannia vartosti biznesu. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia*. 2015. № 9. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/643cb349-feb6-43e2-98bc-121a077a9939/content>
 4. Iurchyshena L. V., Kaplunska, I. V. Kontseptualnyi pidkhid do zabezpechennia finansovoi stikosti pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*. 2022. № 12. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.43>
 5. Voronkova T. Ye., Pryimak Ya. V. Transformatsiia antykrizovoho upravlinnia v suchasnykh ekonomichnykh umovakh. *Efektivna ekonomika*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9447>. Doi: 10.32702/2307-21052021.10.96
 6. U 2024 rotsi stvoreno na 3% menshe kompanii vid 2023 roku. *YC.Market*. 2025. URL: <https://skilky-skilky.info/u-2024-rotsi-stvoreno-na-3-menshe-kompaniy-vid-2023-roku/>
 7. Finansovi rezultaty diialnosti velykykh ta serednikh pidpryemstv za sichen–veresen 2024 roku. *Derzhstat*. 2024. URL: <https://stat.gov.ua/uk/publications/finansovi-rezultaty-diyalnosti-velykykh-ta-serednikh-pidpryemstv-za-sichen-veresen>
 8. Arefieva O. V., Arefiev S. O. Upravlinnia kompleksnoi vartistiu pidpriemstva cherez instrumenty tsyrovoho marketynhu. *Business Inform*. 2023. №3, S. 211-220. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-211-220>
 9. Brezitska O. V. Upravlinnia vartistiu: faktory formuvannia vartosti pidpriemstva. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury (ekonomichni nauky)*. Zbirnyk naukovykh prats. 2021. №31. URL: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/346/335>
 10. Petetskyi I. Vplyv kontseptsii value-based management na vartist pidpriemstva. *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnogo ekonomichnogo universytetu*. 2023. № 10 (311). S. 17-22.