

Явтуховська І. В.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

АНАЛІЗ ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВЕЛИЧИНУ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті досліджено сутність поняття факторів впливу на вартість підприємства. Досліджено різноманітні підходи щодо визначення та поділу факторів впливу на вартість підприємства за різними класифікаційними ознаками як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Узагальнено в єдиній системі всі можливі класифікаційні ознаки за якими можна поділити фактори впливу на вартість підприємства. Визначено, як саме впливають різні фактори на величину вартості підприємства. Запропоновано розроблення системи управління на підприємстві для швидкого реагування до змін навколишнього середовища, а саме: проведення відповідних розрахунків, спостереження за внутрішнім та зовнішнім середовищем функціонування підприємства, вчасне реагування на його зміни та подача отриманої інформації до вищих ланок управління.

Ключові слова: оцінка вартості підприємства, підходи до оцінки вартості підприємства, фактор, фактори впливу на вартість підприємства, система факторів вартості підприємства.

Yavtuhovska I. V.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

ANALYSIS AND GENERALIZATION OF FACTORS INFLUENCING THE MAGNITUDE OF COMPANY'S VALUE

Abstract. The article deals with the essence of the concept of factors that affect the value of the company. Various approaches of domestic and foreign scientists to the definition and separation of factors influencing the company's value are investigated. All the possible classification features which can divide the factors of impact on company's value are generalized in a combined system. Determined how various factors can affect the magnitude of company's value. A development of management system for a company's quick respond to environmental changes is proposed, in particular, conducting relevant calculations, monitoring the internal and external environment of the company's functioning, timely response to its change and input the information received to higher levels of management.

Keywords: valuation of the company, approaches to the assessment of company's value, factors influencing company's value, a system of company's value factors.

Постановка проблеми. Визначаючи вартість підприємства, оцінювач може використовувати різноманітні підходи та методи оцінки, кожний із яких має ряд своїх переваг та недоліків. Обираючи конкретний підхід до оцінки підприємства, спершу необхідно ретельно проаналізувати фактори, що на неї впливають, оскільки існуючі методи оцінки дають лише базове значення вартості підприємства, яке потрібно корегувати стосовно зовнішніх та внутрішніх умов для кожного конкретного випадку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективне управління вартістю підприємства неможливе без формування та вивчення цілісної системи факторів, які змінюють величину вартості підприємства та приносять дохід його акціонерам. Створення такої системи факторів необхідне для вияв-

лення їх підпорядкованості та сили впливу на вартість з метою прийняття управлінських рішень, що, у свою чергу, призведе до підвищення вартості підприємства в цілому. Значний внесок стосовно даного питання зробили як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники, а саме: Н. Белоусова, С. Валдайцев, Н. Дремова, І. Єгерев, І. Івашковська, Ф. Еванс, Д. Бішоп, С. Рід, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурін, Е. Джонс, М. Скотт та інші.

Постановка завдання. Метою нашої роботи є аналіз та узагальнення факторів впливу на величину вартості підприємства, визначення величини їх впливу, підкреслюючи важливі аспекти з виділенням їх основних недоліків та переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтенсивний розвиток підприємств, які мають свої економічні та організаційні особливості, високу динамічність, що взагалі притаманна сучасному господарству, і значні особливості, як внутрішні, так і зовнішні, піддаються впливу різноманітності факторів, що формують його вартість. Дані фактори впливають не лише на саму вартість підприємства, але і на вибір методу, за допомогою якого можна проводити оцінювання підприємства. В такому випадку необхідно виокремити ключові фактори формування вартості підприємств та встановити взаємозалежність між ними та зміною величини вартості підприємства. На даному етапі не є ретельно розробленою та доведеною система оцінки факторів впливу на вартість підприємства, що є гарантом одержання її достовірної оцінки. Показники макроекономічного середовища аналізують стан інвестиційного клімату в країні та надають інформацію про те, як, коли і чи взагалі вплине зміна макроекономічної ситуації на діяльність підприємства. Дані показники формують та узагальнюють систематичний ризик, що випливає з дії зовнішніх факторів, які не можуть бути знешкоджені ієрархічністю у межах національної економіки. При умовах дії високого ступеня ризику на діяльність підприємства його вартість буде нижчою, ніж вартість аналогічного підприємства, яке діє при нижчих умовах ризику, але, як відомо, більш високий дохід завжди буде характеризуватися вищим ступенем ризику.

Фактор вартості – параметр, який впливає на зміну вартості підприємства. Система факторів вартості на великих підприємствах може містити велику кількість факторів, управління якими потребує значних матеріальних витрат, тому головною метою є визначення ключових факторів. Під ключовими факторами вартості маються на увазі 20% факторів, які згідно з “принципом Парето” приносять 80% вартості [3].

Г. Островська відзначає [11, с. 10]: процес виявлення факторів вартості не такий простий, як здається на перший погляд, оскільки в останні десятиліття істотно розширився розрив між вартістю підприємств, зафіксованою в їхній фінансовій звітності, та оцінкою цієї вартості з боку інвесторів. Дослідження американських компаній показало, що близько 40% ринкової вартості не знаходить відображення у звітності – інвестори платять не за поточні активи, не за прибуток поточних періодів, а за можливості створеної системи генерувати грошовий потік і прибуток у майбутньому.

За словами Котова М. В. та Шаповал С. С. фактор вартості – це змінна, яка впливає на вартість підприємства [9, с. 92].

Ідентифікація факторів вартості може виявитися для підприємств складним процесом, оскільки змушує виокремлювати специфічні фактори вартості не лише для окремого виду підприємств, а й для кожного виробничого рівня. Проте вітчизняні підприємства не є адаптованими до забезпечення необхідної для виявлення факторів вартості інфор-

мації, що висуває ще одну проблему до утворення системи оцінки вартості підприємства.

Оцінка вартості підприємства у системі корпоративного управління відіграє роль постійного моніторингу досягнутої величини вартості, сприяє встановленню величини розриву між потенційною і реальною вартістю підприємства з урахуванням величини впливу факторів вартості. Вчасна та правильно визначена величина вартості підприємства покладається в основу для прийняття зважених та обґрунтованих рішень менеджерів, що допоможе підвищити вартість підприємства та рівень інвестиційної привабливості.

Спеціальну систему факторів, яка дозволяє контролювати та управляти вартістю підприємств, можна побудувати лише при комплексному моніторингу факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Залежно від впливу факторів на оцінку вартості підприємства всіх їх можна поділити на дві групи: позитивні та негативні.

Позитивні фактори – це такі фактори, які позитивно впливають на оцінку вартості підприємства, а негативні – негативно. Наприклад, до позитивних факторів можна віднести випередження попиту над пропозицією, придбання власником повного контролю над придбаною нерухомістю; високі доходи у майбутньому від придбаної власності; низький інвестиційний ризик та ін. До негативних факторів можна віднести низьку інвестиційну привабливість регіону, в якому розташоване підприємство; слабкий менеджмент на підприємстві; випередження пропозиції над попитом; високий інвестиційний ризик та ін. [13, с. 234].

Як вважає І. В. Колос, суттєвий вплив на вартість підприємства мають ринкові умови (рівень та тип конкуренції, макроекономічне середовище, нові конкуренти, інтенсивність нововведень, впливовість споживача, впливовість постачальника, промислова політика держави) та внутрішні чинники (розробка нових видів продукції, розвиток (вдосконалення) видів продукції, які виготовляються, закупка та постачання, виробництво, система просування на ринок та реалізації, обробка маркетингової інформації, управління людським капіталом, інформаційний капітал) [8, с. 30].

Існують різні підходи до поділу факторів, що впливають на вартість підприємства. Тому для більш кращого їх розуміння та узагальнення представимо їх у таблиці 1.

Впливати на ті чи інші фактори вартості підприємство може у відповідності з конкретними стратегіями його розвитку: операційними, інвестиційними, фінансовими.

З огляду на управління вартістю підприємства та виходячи з різноманітності підходів до класифікації факторів вартості, важливо побудувати всю систему факторів, використовуючи яку, можна буде досягти зростання вартості підприємства. Система являє собою сукупність та взаємозв'язок усіх показників діяльності підприємства, окремих його підрозділів і відділів. Набір обраних показників деталізують відповідно до повноважень кожного

рівня управління, що, у свою чергу, призводить до введення у дію механізму, в якому керівництво відповідає за фінансові показники, а нижчі ланки управління – лише за кількісні та якісні характеристики роботи. Саме тому для підприємства стратегічно важливим завданням є визначення послідовності оцінки його вартості, що дозволить сконцентрувати його увагу не лише на бізнес-одиниці, а й на окремих його сегментах, що мають вплив на зміну вартості підприємства.

4) показники, що відображають ефективність фінансової діяльності [4, с. 35].

Перша група показників характеризує результати роботи підприємства на перспективу. Друга група показує результати основної діяльності підприємства по збільшенню продажів, зниженню витрат або підвищенню продуктивності. Третя група відображає ефективність інвестиційних проєктів, здійснюваних підприємством. Під інвестиційними проєктами в даному випадку розуміють будь-які проєкти,

Таблиця 1

Підходи до визначення факторів впливу на вартість підприємства

Автор	Фактори, що впливають на вартість підприємства
Баландін А. І. [12, с. 27]	Фінансові фактори, розвиток ринкових відносин, операційні й процесні фактори, управління людськими ресурсами, управління взаємовідносинами
Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олесюк О. І. [15, с. 99]	Загальні: економічні, соціальні, політичні, природні; локальні: фізичні, умови продажу, місцезнаходження, фінансово-економічні; індивідуальні: матеріально-технічні, ринково-ситуаційні, соціально-трудова, структурно-функціональні.
Байстрюченко Н. О. [2]	Внутрішні фактори: а) фінансові показники (ліквідність, оборотність капіталу, наявність та маневреність власного капіталу, рентабельність виробництва); б) показники операційної діяльності (розмір підприємства, ступінь контролю, якість продукції, технологія виробництва, цінова політика, взаємодія зі споживачами та постачальниками, кадрова політика). Зовнішні фактори: а) територіальні та галузеві (соціально-економічний рівень розвитку країни, регіону та галузі, законодавче регулювання діяльності підприємства у галузі, ступінь конкуренції та попиту на продукцію); б) економічні показники (добробут населення, валовий внутрішній продукт, продуктивність праці, рівень інвестицій в основний капітал, рівень безробіття в країні, досконалість законодавства)
Раппопорт А. [1]	Вартість компанії створюється за рахунок фінансових потоків від операційної та інвестиційної діяльності, скоригованих на коефіцієнт дисконтування, сформований як бажане значення вартості капіталу, та вирахування короткострокових (операційних) і довгострокових (інвестиційних) зобов'язань
Круш П., Поліщук С. [10, с. 121]	Враховують фактори як мікро-, так і макросередовища, поділяючи їх на групи: попит; дохід, який може отримати власник; час отримання доходів; ризик як вірогідність отримання очікуваних в майбутньому доходів; ступінь контролю, який одержує новий власник; ступінь ліквідності майна; обмеження, які має бізнес; співвідношення попиту і пропозиції
Гринкевич С. [6, с. 187]	Величина грошових потоків; ризики й альтернативна вартість капіталу; прогнозований темп зростання бізнесу (зростання грошових потоків) у післяпрогнозованому періоді; величина інвестованого в підприємство капіталу
Глинська Г. Я. [5, с. 28]	На вартість підприємства впливають такі фактори: ринкові (обсяг ринку, репутація компанії, бренди); фінансові (динаміка активів, їх ліквідність і дохідність); виробничі (інновації, технології, персонал)

Старюк П. Ю. пропонує фактори впливу на вартість підприємства використовувати на трьох рівнях: на загальному, де прибуток від основної діяльності у поєднанні з показником інвестованого капіталу служить основою для розрахунку рентабельності інвестицій; на рівні ділової одиниці, де особливо доречні такі параметри, як клієнтська база; і на низовому рівні, де потрібна гранична деталізація, щоб зв'язати чинники вартості з конкретними рішеннями, які знаходяться в компетенції оперативних менеджерів [14, 248].

При побудові ефективної моделі управління вартістю повинні враховуватися фактори за 4 групами показників:

- 1) показники, що відображають стратегічну ефективність підприємства;
- 2) показники, що відображають ефективність операційної діяльності;
- 3) показники, що відображають ефективність інвестиційної діяльності;

пов'язані з інвестуванням грошових коштів у реальні активи на строк більше 1 року. Четверта група показників показує ефективність роботи підприємства по залученню різних джерел фінансування, розміщенню вільних грошових коштів на фондовому ринку й управлінню оборотним капіталом.

До основних недоліків щодо підходів до класифікації вартості підприємства можна віднести:

- відсутність єдиної системи ознак класифікації факторів оцінки вартості;
- виділення групи факторів, які стосуються лише окремого виду діяльності підприємства;
- перераховані авторами фактори не дозволяють враховувати всю сукупність факторів формування вартості тощо.

Врахування впливу дії факторів на вартість підприємства необхідне для визначення величини рівня ризику зниження його вартості, що виникає під час функціонування підприємства, та дії на нього факторів зовнішнього середовища. Тобто ще одним

вагомим чинником, який впливає на вартість підприємства, є ризик. На нашу думку, ризик – це вірогідність того, що дохід, який буде отримуватися від інвестицій в оцінюване підприємство, може відрізнятись від прогнозного, оскільки ринковому середовищу притаманні непостійність та невизначеність, пов'язані з макроекономічними процесами, нестабільністю економіки держави; ціновий механізм та інфляційні процеси.

На думку Кадикової І. Н. та Шевченко Е. А., основними факторами, що впливають на оцінку вартості підприємства, є час та ризик [7, с. 68].

Як відзначають Щербаков В. А. та Щербакова К. Л., фактори макроекономічного ризику породжують систематичний ризик, що спричинений зовнішніми подіями та не може бути усунений диверсифікацією в межах національної економіки [16, с. 98].

Ринкова економіка характеризується динамізмом свого розвитку, а отже, впливає новий фактор

впливу на вартість підприємства – час. Даний фактор має вагомий вплив на всі ринкові процеси, які, в свою чергу, включають вартість підприємства, а саме: від дії того чи іншого фактора на вартість підприємства протягом певного проміжку часу може змінюватися сама вартість підприємства. Тобто вже через невеликий проміжок часу величина оцінки може збільшуватись або зменшуватись.

На основі досліджених підходів до класифікації факторів впливу на вартість підприємства узагальнено та розробимо власну систему підходів, яка, на нашу думку, охопить усю кількість факторів (рис. 1).

Узагальнена класифікація системи факторів, що впливають на вартість підприємства, може бути каркасом для оцінки його вартості, але і надалі потребує уточнень та ієрархії в залежності від розвитку самого підприємства та середовища, яке його оточує. Існує безліч точок зору щодо того, якою повинна бути система впливу факторів на вартість підприємства,

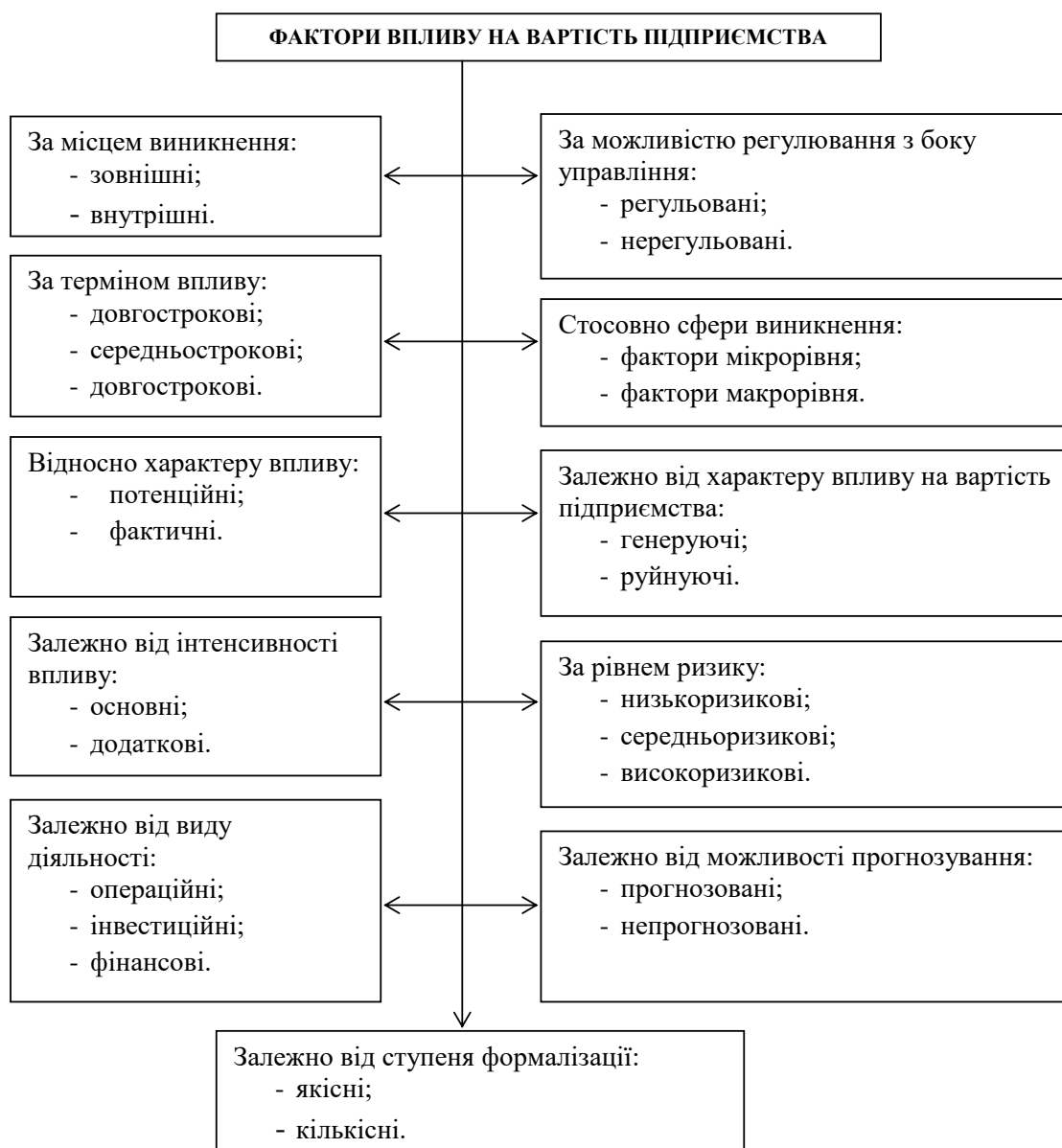


Рис. 1. Класифікація факторів впливу на вартість підприємства

Джерело: Складено автором на основі даних джерел [1-16].

однак не існує достовірності у правильності віднесення кожного з факторів до тієї чи іншої класифікаційної групи у тій чи іншій ситуації тощо.

Спрямованість на максимізацію вартості підприємства найбільш притаманна для американської практики господарювання. Неможливість управлінців впливати на фактори зміни вартості вважається акціонерами професійною некомпетентністю, що призведе до збитків та зменшення величини інвестицій у разі злиття, поглинання або знецінення цінних паперів корпорації.

Для того, щоб максимізувати свою вартість, підприємствам необхідно розробити своєрідну систему швидкого реагування та виявлення впливу факторів вартості (рис. 2).

щодо поділу факторів впливу на вартість підприємства. Саме тому ми узагальнили систему підходів до поділу факторів, що впливають на його вартість, хоча запропонована система не є повністю незмінною і повинна коригуватись та вдосконалюватись у залежності від розвитку самого підприємства та навколишнього середовища, тобто враховувати його динамізм. Також при визначенні величини впливу того чи іншого фактора на вартість підприємства найбільша увага повинна приділятися факторам, які найбільше впливають та формують його вартість, а також є найбільш ризикованими з точки зору отримання кінцевого результату.

Для швидкого реагування та внесення коректив на величину вартості підприємства на ньому необ-



Рис. 2. Система управління вартістю підприємства

Джерело: Складено автором на основі даних джерел [1-16].

Введення у дію вищенаведеної системи управління в діяльність підприємства можливе лише при підготовці кваліфікованого персоналу, який міг би правильно та вчасно проводити відповідні розрахунки, а саме: моніторити систему впливу різноманітних факторів на вартість підприємства, вчасно на це реагувати та доносити дану інформацію до вищих ланок управління. Зважаючи на те, що підпорядкованість факторів та розуміння того, що головним критерієм, який впливає на вартість підприємства, є керованість, можна зауважити: для побудови якісної системи управління на підприємстві потрібно спершу організувати та підготувати кадри швидкого реагування на зміну факторів вартості як всередині самого підприємства, так і ззовні.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Під час нашого дослідження ми з'ясували, що існує безліч точок зору

хідно створити систему управління вартістю підприємства. Створення запропонованої системи має велике практичне значення, оскільки допомагає впливати на вартість підприємства, виходячи з прямого впливу на залучені до моделі фактори. Аналіз та дослідження всіх факторів дозволить повною мірою проаналізувати кожен рівень управління на підприємстві: від корпоративного управління до функціонального рівня виробничих операцій. На підприємстві необхідно конкретно узгодити та розробити систему поступових дій та створити систему моніторингу, яка контролюватиме навколишнє середовище функціонування підприємства, що, у свою чергу, призведе до максимізації вартості на підприємстві. Саме тому проведений аналіз факторів впливу та запропонована узагальнена система їх класифікації надає всі можливості для врахування специфічності кожного з досліджуваних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Rappaport A. Creating shareholder value: The New Standard for Business Performance / A. Rappaport. – New York, USA: The FreePress, 1998.
2. Байстріюченко Н. О. Агентський конфлікт в системі управління ринковою вартістю підприємства / Н. О. Байстріюченко // Економічний потенціал і регіональний розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://me.fem.sumdu.edu.ua/conf_arh_001.htm.
3. Вартісно-орієнтоване управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>.
4. Вишневецький В. Теорія вартості в економічній науці / В. Вишневецький // Економіст. – 2007. – №5. – С. 35-46.
5. Глинська Г. Я. Напрямки оцінювання ринкової вартості підприємства як об'єкта для поглинання / Г. Я. Глинська // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – 2007. – С. 28-32.
6. Гринкевич С. Управління ринковою вартістю підприємства / С. Гринкевич, І. Ониськів // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 187-190.
7. Кадыкова И. Н. Оценка бизнеса в системе project expert как элемент антикризисного менеджмента / И. Н. Кадыкова, Е. А. Шевченко // Экономика та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. – 2009. – №1. – С. 68-80.
8. Колос І. В. Обґрунтування ключових чинників вартості підприємства / І. В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 11. – С. 30-32.
9. Котова М. В. Обоснование методики расчетов ставки дисконтирования в отечественной практике / М. В. Котова, С. С. Шаповал // Економічний простір. – 2009. – №22/1. – С. 92-98.
10. Круш П. В. Оцінка бізнесу : навч. посіб. / П. В. Круш, С. В. Поліщук. – К. : Центр навч. літ-ри, 2004. – 264 с.
11. Островська Г. Огляд теоретичних концепцій стратегічного управління на основі зростання вартості / Г. Островська, І. Серединська // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1. – С. 10-18.
12. Самбурский А. М. Совершенствование механизма управления стоимостью промышленного предприятия : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук.: спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / А. М. Самбурский. – Екатеринбург, 2010. – 27 с.
13. Сергеев И. В. Экономика организаций (предприятий) : учебник / Сергеев И. В., Веретенникова И. И.; [под ред. И. В. Сергеева]. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ТК Велби, Изд-во “Проспект”, 2006. – 560 с.
14. Старюк П. Ю. Управление стоимостью компании как основная задача корпоративного управления / П. Ю. Старюк // Экономические науки. – 2007. – №4 (29). – С. 248-255.
15. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олесюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
16. Щербakov В. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В. А. Щербakov, К. Л. Щербakova. – М. : Омега-Л, 2006. – 288 с.

REFERENCES

1. Rappaport, A. (1998) “Creating shareholder value: The New Standard for Business Performance”, *The FreePress*, New York, USA.
2. Bajstriuchenko, N. O. (2012), *Ahents'kyj konflikt v systemy upravlynnia rynkovoju vartystiu pidpriemstva* [Agency conflict in the system of the market value of the company], [Online], available at: http://me.fem.sumdu.edu.ua/conf_arh_001.htm. (Accessed 29 Feb 2012).
3. Vartisno-orientovane upravlinnia [Value-oriented management], [Online], available at: <http://uk.wikipedia.org> (Accessed 21 Sept 2015).
4. Vyshnevs'kyj, V. (2007), “Teoriiia vartosti v ekonomichnij nautsi”, *Ekonomist*, vol. 5, pp. 35-46.
5. Hlyns'ka, H. Ya. (2007), “Napriamky otsiniuvannia rynkovoju vartosti pidpriemstva iak ob'iekta dlia pohlynnannia”, *Visnyk Natsional'noho universytetu “L'vivs'ka politekhnika”*, pp. 28-32.
6. Hryncevych, S. and Onys'kiv, I. (2010), “Upravlinnia rynkovoju vartystiu pidpriemstva”, *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 20.1, pp. 187-190.
7. Kadykova, I. N. and Shevchenko, E. A. (2009), “Ocenka biznesa v sisteme project expert kak jelement antikrizisnogo menedzhmenta”, *Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami mashinobudivnoji galuzi : problemy teorii ta praktiki*, vol. 1, pp. 68-80.
8. Kolos, I. V. (2006) “Obgruntuvannia ključovykh chynnykiv vartosti pidpriemstva”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 11, pp. 30-32.
9. Kotova, M. V. and Shapoval, S. S. (2009), “Osnovanye metodyky raschetov stavky dyskontyrovannia v otechestvenoj praktyke”, *Ekonomichnyj prostir*, vol. 22/1, pp.92-98.
10. Krush, P. V. and Polischuk, S. V. (2004), *Otsinka biznesu* [Business Valuation], Izdatel'stvo “Tsentri navch. lit-ry”, Kyiv, Ukraine.
11. Ostrovs'ka, H. and Seredyns'ka, I. (2009), “Ohliad teoretychnykh kontseptsij stratehichnoho upravlinnia na osnovi zrostantia vartosti”, *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*, vol. 1, pp. 10-18.
12. Samburskij, A. M. (2010), *Sovershenstvovanie mehanizma upravlenija stoimost'ju promyshlennost'ju predprijatija* [Improvement of control mechanism stoymostyu promyshlennostyu enterprise], Ekaterinburg, Russia.
13. Sergeev, I. V. and Veretennikova, I. I. (2006), *Jekonomika organizacij (predpriyatij)* [Economy organizations (enterprises)], Izdatel'stvo “Prospekt”, Moscow, Russia.
14. Starjuk, P. Ju. (2007), “Upravlenie stoimost'ju kompanii kak osnovnaja zadacha korporativnogo upravlenija”, *Jekonomicheskie nauki*, vol. 4 (29), pp. 248-255.
15. Fedonin, O. S., Riepina, I. M. and Olesiuk, O. I. (2004), *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka* [The potential of the company: development and evaluation], Izdatel'stvo “KNEU”, Kyiv, Ukraine.
16. Shherbakov, V. A. and Shherbakova, K. L. (2006), *Ocenka stoimosti predprijatija (biznesa)* [Valuation enterprise (business)], Izdatel'stvo “Omega-L”, Moscow, Russia.