

ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

©2018 ПЛЕТНЬОВА Ю. К., МАРЧЕНКО В. М.

УДК 339.138:633.1/633.9

Плетньова Ю. К., Марченко В. М. Формування ланцюгів доданої вартості аграрного підприємства

Метою статті є визначення та аналіз альтернатив формування доданої вартості на підприємствах аграрної галузі. Виявлено, що цінність доданої вартості як результативного показника діяльності полягає в тому, що вона демонструє частину створеної підприємством вартості продукції, яка формується за рахунок модифікації закуплених сировини та матеріалів при використанні праці, технології, інновацій та покриває всі витрати, понесені підприємством при створенні даного продукту, забезпечуючи підприємству певний прибуток. Аграрні підприємства мають ряд альтернативних варіантів створення доданої вартості як на стадіях виробництва та зберігання, так і на стадії збуту. Розгляд варіативних альтернатив дозволив виявити, що для сучасного агропідприємства найбільш вигідним є вирощування високоякісних культур з використанням точних технологій і систем зрошення; покриття власної потреби в насінні на наступний період за рахунок власного продукту; самостійне транспортування, обробка та зберігання зерна та продаж у найбільш пікові ціни на ринку. Подальшими напрямками дослідження є більш глибоке вивчення підходів до розрахунку показника доданої вартості, виявлення нових альтернатив та їх оцінка, теоретичний та математичний аналіз альтернатив у розрізі конкретних культур чи груп продукції.

Ключові слова: додана вартість, ланцюг доданої вартості, аграрна галузь, альтернативи збуту продукції, потенціал, стратегічний потенціал.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

Плетньова Юлія Костянтинівна – аспірантка кафедри економіки та підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (просп. Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна)

E-mail: juliayap1093@gmail.com

Марченко Валентина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (просп. Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна)

E-mail: tina_m_2008@ukr.net

УДК 339.138:633.1/633.9

UDC 339.138:633.1/633.9

Плетнева Ю. К., Марченко В. М. Формирование цепочки добавленной стоимости аграрного предприятия

Целью статьи является определение и анализ альтернатив формирования добавленной стоимости на предприятиях аграрной отрасли. Выявлено, что ценность добавленной стоимости как результативного показателя деятельности заключается в том, что она демонстрирует часть созданной предприятием стоимости продукции, которая формируется за счет модификации закупленных сырья и материалов при использовании труда, технологий, инноваций и покрывает все расходы, понесенные предприятием при создании данного продукта, обеспечивая определенную прибыль. Аграрные предприятия имеют ряд альтернативных вариантов создания добавленной стоимости как на стадиях производства и хранения, так и на стадии сбыта. Рассмотрение вариативных альтернатив позволило выявить, что для современного агропредприятия наиболее выгодным является выращивание высококачественных культур с использованием технологий точного земледелия и систем орошения; покрытие собственной потребности в семенах на следующий период за счет собственного продукта; самостоятельная транспортировка, обработка и хранение зерна, а также продажа в самые пиковые цены на рынке. Дальнейшими направлениями исследований будут более глубокое изучение подходов к расчету показателя добавленной стоимости, выявление новых альтернатив и их оценка, теоретический и математический анализ альтернатив в разрезе конкретных культур или групп продукции.

Ключевые слова: добавленная стоимость, цепочка создания добавленной стоимости, аграрная отрасль, альтернативы сбыта продукции, потенциал, стратегический потенциал.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 8.

Плетнева Юлия Константиновна – аспирантка кафедры экономики и предпринимательства, Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сікорського» (просп. Победы, 37, Киев, 03056, Украина)

E-mail: juliayap1093@gmail.com

Марченко Валентина Николаевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и предпринимательства, Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сікорського» (просп. Победы, 37, Киев, 03056, Украина)

E-mail: tina_m_2008@ukr.net

Marchenko V. M., Pletnova Yu. K. The Formation of the Value-Added Chain of Agrarian Enterprise

The article is aimed at defining and analyzing the alternatives of formation of value added in the enterprises of agrarian industry. It is found that the worth of value added as a performance indicator is that it demonstrates part of the value of products created by enterprise, which is formed by the modification of the purchased raw and other materials through the use of labor, technology, innovation and covers all the costs incurred by the enterprise in creating this product, providing a certain profit. Agrarian enterprises have a number of alternative options of creation of the value added both at the stages of production and storage, and at the stage of sales. Consideration of variant alternatives helped to identify that for modern farm the most advantageous is the cultivation of high-quality crops using precision farming technologies and irrigation systems; covering of own need for seeds for the next period at the expense of own product; independent transportation, processing and storage of grain, as well as sale at the most peak prices at the market. Further directions of research will be a deeper study of approaches to calculating value added, identification of new alternatives and their evaluation, theoretical and mathematical analysis of alternatives in the context of specific cultures or groups of products.

Keywords: value added, value-added chain, agrarian industry, product marketing alternatives, potential, strategic potential.

Fig.: 2. **Tbl.:** 1. **Bibl.:** 8.

Pletnova Yuliia K. – Postgraduate Student of the Department of Economics and Business, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute» (37 Peremohy Ave., Kyiv, 03056, Ukraine)

E-mail: juliayap1093@gmail.com

Marchenko Valentyna M. – D. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute» (37 Peremohy Ave., Kyiv, 03056, Ukraine)

E-mail: tina_m_2008@ukr.net

Ефективність функціонування підприємств будь-якої галузі визначається розрахунком показників його прибутковості та мірою досягнення стратегічних цілей і використанням стратегічного потенціалу. Отримання прибутку є базисом розвитку як підприємств, так галузей і країни в цілому. Процеси глобалізації та трансформації економіки вивели функціонування підприємств на новий рівень та окреслили необхідність пошуку нових методів визначення прибутковості, більш адаптивних до умов сучасного господарювання.

Одним із найбільш ефективних базисних показників діяльності підприємства є додана вартість, яка характеризує набуту вартість продукції в ланцюзі «виробництво – споживач». Концептуально зростання прибутковості підприємства досягається двома основними шляхами – скорочення витрат або формування доданої вартості продукції на етапах даного ланцюга. Отже, уточнення сутності поняття «додана вартість», розгляд її структури, оцінка та аналіз впливу на діяльність підприємства є важливим завданням для знаходження резервів підвищення прибутковості та максимізації використання стратегічного потенціалу.

Питання щодо формування доданої вартості та її структури було розглянуто в роботах таких авторів, як М. Аделман, О. Вільямсон, А. Зайцева, В. Іваненко, С. Кваша, Ю. Мороз, В. Рудь, Д. Чайковський, М. Шпилько та інші. Проте розгляд даної категорії стосовно агросектора є недостатнім. Це обумовлює необхідність вивчення та аналізу ланцюгів створення доданої вартості на прикладі аграрних холдингів України, визначення закономірностей і виявлення найкращих варіантів її формування.

На сьогодні не існує загального теоретичного та методологічного підходу до визначення поняття «додана вартість». На початку ХХ століття дане поняття розглядалось як вартість, яка додається до певного товару при проходженні ланцюга виробник – споживач. Додана вартість є новоствореною вартістю, яку отримала сировина у процесі виробництва до того моменту, як кінцевий продукт потрапив до споживача. У табл. 1 наведено погляди вчених на поняття «додана вартість» і проведене їх групування на чотири підходи.

Таблиця 1

Еволюція наукових поглядів на сутність поняття «додана вартість»

Автор(-и), джерело	Визначення
1	2
Ю. Мороз [3]	Інтегрований показник участі підприємства у формуванні доходів працівників, соціального забезпечення населення, бюджету держави, їх готовності до поновлення запасів активів та розширеної діяльності (приросту активів за рахунок власного капіталу). Структура: нарахована амортизація, доходи персоналу, чистий прибуток, податки, витрати на соціальні гарантії та створені комерційні активи
Н. Шмиголь [5]	Поняття «додана цінність» як власний внесок підприємства в результат його діяльності. Цінність встановлюється ринком відповідно до співвідношення попиту та пропозиції й практично характеризується ціною товару, що відображає як його корисність для споживача, так і витрати підприємства. При цьому основним фактором є корисність (цінність) для споживача. Структура: витрати на оплату праці та прибуток
З. Шершньова [7]	Категорія, що використовується для оцінювання ефективності функціонування організації як виробничо-управлінської системи. Вона характеризує вартість, додану до вартості сировини та матеріалів, закуплених для виробництва готового продукту, визначає результат діяльності усієї фірми. Підприємство має виготовити таку продукцію, яка була б привабливішою для покупців за сукупністю окремих її складових, інакше споживач не оцінить зусилля виробника і купуватиме вихідні ресурси та створюватиме необхідний йому продукт на власний розсуд
Ж. Нестеренко, Т. Афанасьєва [4]	Критерій оцінки ефективності діяльності менеджменту і приріст ринкової вартості акціонерного капіталу
В. Чайковський [6]	Економічний розрахунковий показник, використовуваний для характеристики обсягу виробництва, який виходить у результаті виключення з вартості відвантаженої продукції витрат на оплату спожитих у процесі виробництва предметів праці. У додану вартість, створену економічним суб'єктом, не включається вартість спожитих матеріальних ресурсів, у створенні яких даний економічний суб'єкт не брав участь
А. Зайцева [1]	Різниця між ринковою вартістю продукції, виробленої підприємством, і вартістю придбаних у постачальників і спожитих у виробництві сировини, матеріалів, послуг, що кількісно розраховується як сума операційного прибутку, амортизаційних відрахувань, заробітної плати та соціальних платежів

1	2
В. Іваненко [2]	Різниця між вартістю виробленої продукції, виконаних робіт і наданих послуг (випуском продукції) і перенесеною вартістю матеріальних ресурсів і нематеріальних послуг, повністю спожитих у процесі виробництва такої продукції (проміжним споживанням). Оскільки показник доданої вартості не містить перенесеної праці (за винятком амортизації, яка розглядається як споживання основних засобів), його застосування в економічному аналізі дозволяє оцінити величину власних витрат, суб'єкта господарювання, а також структуру отриманого підприємством доходу, підвищуючи цим аналітичну цінність аналізу та поглиблюючи його. Використання показника доданої вартості полягає в тому, що, по-перше, він характеризує величину витрат власної праці; по-друге, показує величину прибутку і витрат для його отримання; по-третє, містить структуру отриманого доходу
П. Семюельсон [5]	Різниця між вартістю вироблених товарів та вартістю матеріалів і сировини

Отже, різноманіття трактувань поняття «додана вартість» дозволяє проаналізувати різні підходи авторів та виявити певні закономірності: «вартість, яка додається», «вартість яка створюється підприємством на кожній стадії руху товару», «різниця між вартістю ресурсів та кінцевим продуктом» тощо. Таким чином, на нашу думку узагальнити різні погляди науковців можна, визначивши додану вартість як частину вартості продукції, яка формується за рахунок модифікації закуплених сировини та матеріалів при використанні праці, технології, інновацій та покриває всі витрати, понесені підприємством при створенні даного продукту, забезпечуючи підприємству певний прибуток. Цінність даного показника полягає в тому, що він показує величину власних витрат підприємства на випуск продукції без урахування матеріалів, створених за межами виробництва, і дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства в цілому.

Детальний розгляд процесу формування доданої вартості на підприємстві можна побачити в роботах М. Портера, який ввів в обіг поняття «ланцюг створення доданої вартості». Зважаючи на те, що виробництво продукції – це безперервний динамічний процес, що має ряд стадій, для розуміння створення доданої вартості важливо оцінити та проаналізувати кожну з них. М. Портер вважав, що саме певна сукупність видів діяльності створює цінність для підприємства, починаючи з його вхідних джерел (постачання сировини та матеріалів) до готової продукції, яка доставлена кінцевому споживачу, включаючи його обслуговування.

У літературі ланцюг створення доданої вартості – це процес додавання вартості до товару, який починається з процедур, пов'язаних із закупівлею підприємством елементів, необхідних для виробничого процесу, охоплює виконання операцій виготовлення, а закінчується продажем товару та наданням послуг клієнтам [8].

У цілому опис ланцюга створення доданої вартості є функціональною моделлю певного бізнес-процесу, яка включає в себе вхідні елементи, стадії їх пе-

ретворення на декілька проміжних продуктів та кінцевий і ряд центрів відповідальності (функціональні підрозділи підприємства), які виконують роботу на розподілених стадіях для досягнення кінцевої мети. Кожна зі стадій ланцюга пов'язана з певними витратами, але надає проміжному продукту додаткових споживчих якостей. Сутність доданої вартості полягає в тому, що кожен з етапів ланцюга покращує якість продукту, робить його більш привабливим та конкурентним і тим самим підвищує його цінність і вартість для кінцевого споживача, а отже, потенційно підвищує виручку підприємства.

Таким чином, кінцева ланка ланцюга доданої вартості та її основа – це споживач. Він є мірою оцінки процесу формування доданої вартості та корисності кінцевого продукту. Задоволення потреб споживача може досягатися за рахунок якісних характеристик товару, привабливості ціни, корисності, відсутності аналогів або за рахунок системи обслуговування, доставки, зручності, термінів поставки, надійності тощо. Отже, додана вартість визначає рівень конкурентоспроможності продукції, окреслює конкурентні переваги підприємства. На основі доданої вартості можна визначити економічну привабливість підприємства та ефективність його діяльності.

Більшість підприємств на сьогоднішній день не аналізують ланцюг створення доданої вартості та його складові, що негативно впливає на кінцевий результат діяльності. У сучасній практиці додана вартість найчастіше зустрічається як частина назви податку (ПДВ). Проте даний показник не є лише базою оподаткування, аналіз виробничого циклу підприємства дозволяє передусім виявити альтернативні варіанти створення доданої вартості, проаналізувати їх переваги та недоліки та визначити найефективніший варіант, який відповідає стратегічним цілям підприємства. На рис. 1 наведено аналіз виробничого процесу аграрного підприємства та виявлено альтернативні варіанти ланцюгів створення доданої вартості.

Основними альтернативами для підприємства аграрної галузі є :

- ✦ *Альтернатива № 1:* вирощування стандартних культур за стандартними технологічними картами (вирощування культур на зерно) та їх реалізація «з поля»;
- ✦ *Альтернатива № 2:* використання інновацій у вирощуванні (системи зрошення, точне землеробство) для збільшення врожайності та якості продукції (вирощування культур на зерно та на насіння) та її реалізація «з поля» з/без власної доставки споживачу;
- ✦ *Альтернатива № 3:* використання інновацій у вирощуванні для збільшення врожайності та якості продукції, попередня обробка продукції, її очищення та реалізація всього обсягу з/без власної доставки споживачу;
- ✦ *Альтернатива № 4:* використання інновацій (вирощування культур на зерно та на насіння), попередня обробка й очищення продукції та реалізація обсягу, що перевищує власні потреби на наступний сезон по середніх ринкових цінах на момент отримання кінцевої продукції;
- ✦ *Альтернатива № 5:* використання інновацій у вирощуванні (системи зрошення, точне землеробство) та реалізація по максимальних ринкових цінах (щоденний моніторинг ринку) всього обсягу;
- ✦ *Альтернатива № 6:* використання інновацій у вирощуванні (системи зрошення, точне землеробство), повна обробка та очищення продукції та реалізація по максимальних цінах (щоденний моніторинг ринку) обсягу, який перевищує власні потреби наступного року.

Важливо зазначити, що кожна з наведених альтернатив включає в себе доставку продукції за власний кош.

Зазвичай доставка є оговореним пунктом контракту та її вартість пропорційно вкладається в ціну, а, отже, на порівняння альтернатив це не впливає.

Підприємства України використовують всі запропоновані варіанти створення доданої вартості. Можлива ситуація, коли підприємство використовує різні ланки для різних видів продукції чи для різних споживачів. Це пояснюється тим, що ефективна діяльність підприємств у сучасних умовах залежить від рівня адаптації його діяльності до зовнішніх вимог і виживання в умовах інтенсифікації конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках.

Ще одна специфічна особливість діяльності аграрного комплексу полягає в тому, що великі обсяги зерна схильні втрачати свої якості за умови неправильного зберігання. А, отже, зберігання продукції потребує просторих складських приміщень, відповідного обладнання, персоналу тощо. Наявність власних складських приміщень може дозволити підприємству зберігати зерно та реалізувати його в

будь-який час при максимально вигідних умовах. Їх відсутність призведе до необхідності витрат на зберігання на елеваторах. Проте не кожне аграрне підприємство зацікавлене у скороченні терміну зберігання зерна на власних складах і максимально швидкому продажу. Незважаючи на те, що зберігання і контроль за якістю продукції вимагають значних витрат, великі підприємства можуть бути зацікавлені в реалізації зерна саме в період його пікової ціни, що покриває всі додаткові витрати та максимізує прибуток. Найчастіше вибір каналу збуту ґрунтується на аналізі розміру та доступності ринку, витратах на зберігання та транспортування, обсягах інформації та знань, необхідних для продажу продукції кінцевому споживачеві, величині ціни тощо.

Рішення про обсяги реалізації зерна та залишку на власні потреби може прийматися за наявності в підприємства насінницького матеріалу високої якості та за умови прорахування вигід від реалізації всього обсягу вирощеного зерна та витратами, які понесе підприємство від закупівля зерна під наступний сезон.

На сьогодні існує безліч підходів до оцінки доданої вартості підприємства. Так, в економічній науці для оцінювання доданої вартості застосовують різні показники (економічна додана вартість – *EVA*, додана вартість акціонерного капіталу – *SVA*, ринкова додана вартість – *MVA*, грошова додана вартість – *CVA*, показник прибутковості інвестицій на основі потоку грошових коштів – *CFROI* тощо). Найбільш простим методом розрахунку є модель Ю. Мороза, який виходить з того, що основним джерелом зростання конкурентоспроможності підприємства є створена додана вартість, чие збалансоване формування може бути описане моделлю:

$$(\max) DB = (\max) ЧД - МД,$$

де *DB* – додана вартість; *ЧД* – чистий дохід; *МД* – матеріальні та прирівняні до них витрати [3, с. 248].

У вітчизняній практиці даний показник і метод розрахунку є найбільш розповсюдженими. Результати розрахунку доданої вартості підприємства ДП «Ілліч-Агро Донбас» відповідно до запропонованої моделі представлено на *рис. 2* у вигляді порівняння частки доданої вартості при різних варіантах її створення в чистому доході.

Розрахунок проводився при однакових витратах на початкові вхідні ресурси. Але за рахунок того, що дві із запропонованих альтернатив (№ 4, № 6) мають вплив на подальшу діяльність підприємства, а дана формула не в змозі відобразити цей вплив на майбутній період, для даних варіантів було розраховано середню додану вартість за два сезони роботи підприємства.

Отже, за даними проведеного розрахунку, для підприємства найбільш вигідним є вирощування високоякісних культур (на зерно та насіння) з викори-

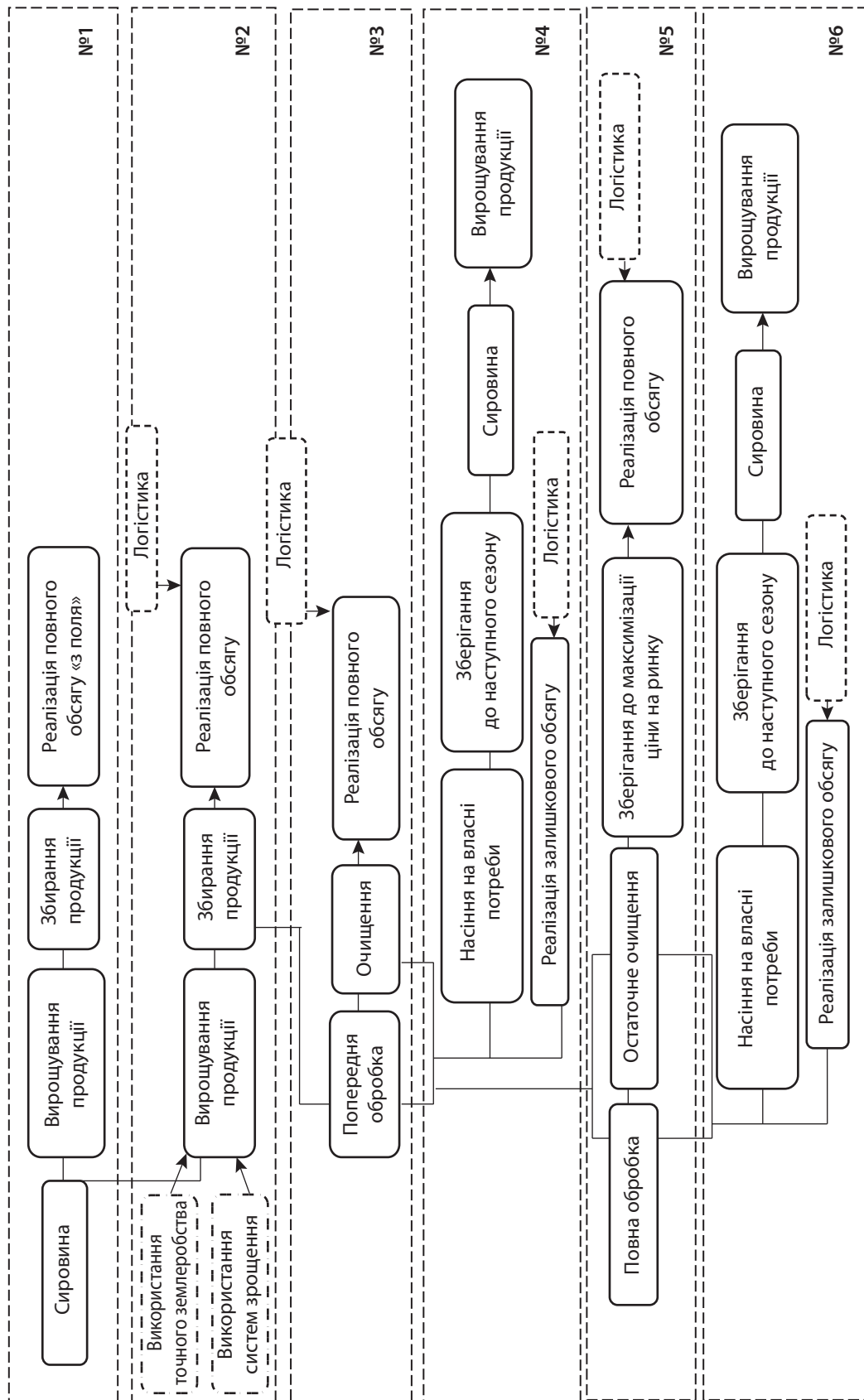


Рис. 1. Виробничий цикл аграрного підприємства з альтернативними варіантами формування доданої вартості

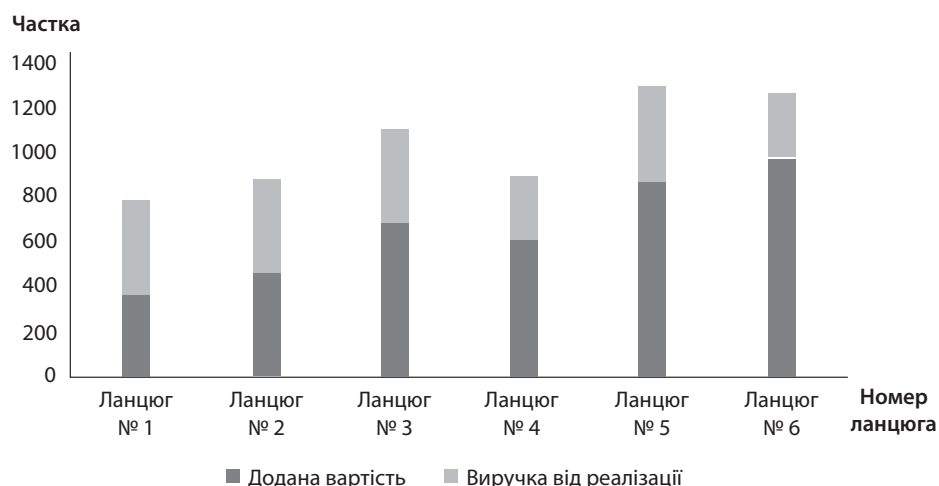


Рис. 2. Частка доданої вартості у виручці продукції ДП «Ілліч-Агро Донбас» за умови формування альтернативних її створення

Джерело: розраховано автором.

станням точних технологій (для покращення врожайності) та систем зрошення (для покращення якості зерна), покриття власної потреби в насінні на наступний період за рахунок власного продукту, самостійне транспортування, обробка та зберігання зерна (за умови наявності власних місць зберігання) та продаж у найбільш пікові ціни на ринку.

ВИСНОВКИ

Таким чином, додана вартість характеризує сукупність бізнес-процесів підприємства для модифікації вхідних ресурсів, що відтворюється в ланцюгу отримання кінцевого продукту. Теоретично додану вартість можна вважати цінністю діяльності підприємства. Цінність на рівні підприємства виражена прибутком, на рівні споживача – якісними характеристиками товару, його надійністю, термінами доставки, зручністю логістики, тобто тими властивостями, які є результатом кожної зі стадій бізнес-процесу створення доданої вартості. Отже, кожне підприємство зацікавлено в максимізації доданої вартості як показника ефективності діяльності, конкурентоспроможності продукції та перспективності компанії в цілому.

Математичний розрахунок доданої вартості за кожним з альтернативних варіантів продемонстрував її зростання за рахунок підвищення ціни реалізації при набутті продукцією особливих якостей, характеристик, надання логістичних послуг. Отже, підприємства аграрної галузі потребують безперервного контролю та моніторингу за всіма стадіями ланцюга формування доданої вартості та їх модернізації й інтенсифікації за рахунок сучасних форм стратегічного менеджменту. Альтернативність доданої вартості є перевагою даної галузі. Так, на кожному етапі є ряд альтернативних варіантів формування кінцевого продукту, що впливає на ціну, чисту виручку і, відпо-

відно, на додану вартість. Інноваційність технологій, менеджменту та підходів до виробництва можуть забезпечити підприємству зростання конкурентоспроможності продукції, інтенсифікацію виробництва, збільшення доданої вартості та досягнення стратегічних цілей за умови максимального використання наявного потенціалу. ■

ЛІТЕРАТУРА

- 1. Зайцева А. В.** Управління доданою вартістю на підприємстві: автореф. ... канд. екон. наук. : 08.00.04. Київ, 2010. 20 с.
- 2. Іваненко В. О.** Додана вартість як об'єкт аналізу статистичної звітності промислових підприємств з виробництва продукції. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. № 1. С. 122–130.
- 3. Мороз Ю. Ю.** Моніторинг економічного потенціалу підприємства: теорія, методологія, організація: монографія. Житомир, 2010. 326 с.
- 4. Нестеренко Ж. К., Афанасьєва Т. А.** Удосконалення оцінки підприємств методами доданої вартості. *Економічний простір*. 2010. № 37. С. 223–234.
- 5. Рудь В. В.** Формування доданої вартості в умовах вертикальної інтеграції підприємств м'ясопереробної галузі: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Житомир, 2015. 220 с.
- 6. Чайковский Д. В.** Теория и методология формирования и применения добавленной стоимости в условиях МСФО на микро- и макроуровне : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.12. Орел, 2011. 40 с.
- 7. Шершньова З. Є.** Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : КНЕУ, 2004. 700 с.
- 8. Чухрай Н. І., Криворучко Я. О.** Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами : монографія. Львів : Растр-7, 2008. 360 с.

REFERENCES

Chaykovskiy, D. V. "Teoriya i metodologiya formirovaniya i primeneniya dobavlennoy stoimosti v usloviyakh MSFO na

mikro- i makrourovne" [Theory and methodology of the formation and application of value added under IFRS at the micro- and macrolevel]: *avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.12*, 2011.

Chukhrai, N. I., and Kryvoruchko, Ya. O. *Otsiniuvannia i rozvytok vidnosyn mizh biznes-partneramy* [Evaluation and development of relations between business partners]. Lviv: Rastr-7, 2008.

Ivanenko, V. O. "Dodana vartist yak ob'ekt analizu statystychnoi zvitnosti promyslovykh pidpriemstv z vyrobnytstva produktsii" [Added value as an object of analysis of statistical reporting of industrial enterprises of production]. *Problemy teorii ta metodologii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, no. 1 (2012): 122-130.

Moroz, Yu. Yu. *Monitorynh ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva: teorii, metodolohiia, orhanizatsiia* [Monitoring

of economic potential of an enterprise: theory, methodology, organization]. Zhytomyr, 2010.

Nesterenko, Zh. K., and Afanasieva, T. A. "Udoskonalennia otsinky pidpriemstv metodamy dodanoi vartosti" [Improvement of enterprise valuation by value added methods]. *Ekonomichniyi prostir*, no. 37 (2010): 223-234.

Rud, V. V. "Formuvannia dodanoi vartosti v umovakh ver-tykalnoi intehratsii pidpriemstv miasopererobnoi haluzi" [Formation of added value in the conditions of vertical integration of enterprises of the meat processing industry]: *dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2015.

Shershnyova, 3. Ye. *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Kyiv: KNEU, 2004.

Zaitseva, A. V. "Upravlinnia dodanoi vartosti na pidpriemstvi" [Value added management at the enterprise]: *avtoref. ... kand. ekon. nauk. : 08.00.04*, 2010.