

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ

Управління вартістю бізнесу є надзвичайно важливим через посилення конкурентної боротьби компаній за капітал інвесторів та акціонерів. Крім того, необхідність управління вартістю підприємства диктується сучасними вимогами до ведіння бізнесу, які висуваються до фінансових менеджерів фірм. Управління вартістю компанії є процесом, орієнтованим на довгострокову перспективу, має стратегічне значення для неї. Вартість фірми складається з вартості активів, прибутку та вартості ризику, тому управління вартістю бізнесу означає управління усіма складовими, у кожній з яких свої специфічні інструменти. Ринкова вартість бізнесу дозволяє з великим ступенем точності визначити, наскільки успішним є бізнес, на якому етапі розвитку знаходиться діяльність фірми.

Вартість бізнесу складається з різних компонентів: сукупності активів (матеріальних та нематеріальних) та структури пасивів. В основі управління бізнесом міститься структура капіталу за різними критеріями: джерелами походження, видами активів, формами власності тощо.

Процес управління вартістю бізнесу передбачає процес відтворення прибутку шляхом його капіталізації. Капіталізацію можна визначити різним чином: а) вартість цінних паперів, що котируються на фондовому ринку; б) оцінка вартості підприємства за прибутком; в) зростання власного капіталу банків; г) процес перетворення вартості, втіленої в матеріальних та інших реальних цінностях, на джерело зростання вартості; д) процес капіталізації результатів виробництва. Основний зміст управління вартістю фірми передбачає процес управління капіталізацією фірми. Це означає процес перетворення чистого прибутку в додатковий капітал, додаткові фактори виробництва в результаті чого досягається збільшення вартості бізнесу. Усі інші завдання фірми спрямовані на досягнення цієї мети.

Вартість компанії визначається її дисконтованими майбутніми грошовими потоками, і нова вартість створюється лише тоді, коли компанія отримує таку віддачу від інвестованого капіталу, яка перевищує витрати на його залучення. На управлінні вартістю будується весь механізм прийняття стратегічних та оперативних рішень. Правильно налагоджене управління вартістю означає, що всі устремління компанії, аналітичні методи і прийоми менеджменту спрямовані до однієї спільної мети – допомогти компанії максимізувати свою вартість, будуючи процес прийняття управлінських рішень на ключових факторах вартості.

Сьогодні управління вартістю бізнесу будується на концепції нової управлінської парадигми, яка отримала назву вартісно-орієнтоване управління – VBM (Value Based Management). Ця концепція виникає в процесі розвитку фінансового менеджменту, як системної діяльності з управління вартістю бізнесу. В основі даної концепції лежить вартість фірми, яка розраховується відповідно до моделей Дюпона і дисконтованого грошового потоку. На основі VBM фінансові менеджери отримують необхідну інформацію про вартість бізнесу та здійснюють планування, моніторинг, оцінку та управління, забезпечуючи підвищення капіталізації фірми. Модель Дюпона (DuPont) розроблена фірмою «Дюпон» (США), використовується для визначення потенціалу компанії на основі інтегрального аналізу ефективності використання капіталу підприємства, передбачає розкладення показника «коефіцієнт рентабельності власного капіталу» на ряд фінансових коефіцієнтів. Залежно від кількості факторів, на які розкладаються показники ефективності визначають двофакторну модель, яка побудована на аналізі рентабельності продажу та оборотності капіталу. На основі методики Дюпона виявляються сильні та слабкі сторони фірми. На основі отриманої інформації фінансові менеджери розробляють напрями збільшення вартості капіталу, враховуючи його компоненти (контроль за витратами, управління активами, збільшення прибутку завдяки маркетингу тощо).

### **Список використаних джерел**

1. Потенціал і розвиток бізнесу: навч. посіб./ За ред. О.М. Полінкевичч, Л.В. Шостак. Луцьк : Вежа-Друк, 2019. 592 с.
2. Пріб К.А., Патика Н.І. Діагностика в системі управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2016. 432 с.