**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Західноукраїнський національний університет**

Навчально-науковий інститут інноватики,

природокористування та інфраструктури

*Кафедра бізнес-аналітики та інноваційного інжинірингу*

**Міждисциплінарна курсова робота**

на тему:

**«АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ   
УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БІЗНЕСУ»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Виконав:  студент групи ОБАм-11  Галузь знань – 07 Управління та адміністрування  Спеціальність – 071 Облік і оподаткування Освітньо-професійна програма «Бізнес-аналітика та управління інноваційними системами»  **Подоляк Назарій Ігорович** |
|  |  | Керівник: д.е.н., професор  **Бруханський Р.Ф.** |
|  |  | Національна шкала \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Кількість балів: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  | Члени комісії: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (прізвище та ініціали)  \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (прізвище та ініціали)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (підпис) (прізвище та ініціали) |

Тернопіль – 2024

**ЗМІСТ**

[ВСТУП 3](#_Toc170242616)

[1. Теоретична концептуалізація управління вартістю бізнесу 5](#_Toc170242617)

[2. Оцінка та управління вартістю бізнесу в сучасних умовах 10](#_Toc170242618)

[3. Сучасні концепції управління вартістю бізнесу 16](#_Toc170242619)

[4. Розвиток методів управління вартістю бізнесу на основі цифрових технологій 19](#_Toc170242620)

[ВИСНОВКИ 26](#_Toc170242621)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 28](#_Toc170242622)

# ВСТУП

Управління вартістю бізнесу – це система заходів, спрямованих на максимізацію ринкової вартості підприємства. Досягнення цієї мети стає можливим завдяки комплексному використанню аналітичного інструментарію, який охоплює:

* Оцінку вартості: визначення поточної та прогнозованої ринкової вартості підприємства з використанням різних методів (чистих активів, дисконтованих потоків готівки, порівняльного підходу).
* Аналіз факторів вартості: виявлення та оцінка ключових факторів, які впливають на вартість бізнесу, таких як конкурентні переваги, фінансові показники, менеджмент, ринкові умови.
* Планування створення вартості: розробка стратегії та конкретних заходів, спрямованих на підвищення вартості бізнесу в короткостроковій та довгостроковій перспективі.
* Контроль та моніторинг: постійний контроль за виконанням плану створення вартості, оцінка результативності вжитих заходів та внесення необхідних коректив.

Ефективне УВБ базується на використанні різноманітних аналітичних інструментів, таких як:

* Фінансовий аналіз: оцінка фінансового стану та результативності діяльності підприємства за допомогою показників рентабельності, ліквідності, платоспроможності тощо.
* Галузевий аналіз: вивчення тенденцій розвитку галузі, конкурентного середовища, ключових факторів успіху.
* Аналіз ринку: дослідження попиту та пропозиції на продукцію/послуги підприємства, поведінки споживачів, цінової політики конкурентів.
* Операційний аналіз: оцінка ефективності використання ресурсів, виробничих процесів, логістики.
* Аналіз ризиків: виявлення та оцінка ризиків, які можуть вплинути на вартість бізнесу.

**Метою** курсової роботи є вивчення теоретико-практичних засад та розроблення методики застосування аналітичного інструментарію управління вартістю бізнесу.

Відповідно до поставленої мети в роботі поставлено і розв’язувалися такі специфічні завдання:

– вивчення та дослідження теоретичних засад концептуалізації управління вартістю бізнесу в сучасних умовах;

– оцінка та управління вартістю бізнесу в сучасних умовах;

– розгляд сучасних концепцій управління вартістю бізнесу;

– обгрунтування методів управління вартістю бізнесу на основі цифрових технологій та їх застосуавння в практичній площині підприємств.

**Об`єктом дослідження** є застосування аналітичного інструментарію управління вартістю бізнесу.

**Предмет дослідження** − сукупність теоретичних і організаційно-практичних засад застосування аналітичного інструментарію управління вартістю бізнесу.

**Практичне значення** одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вони оцінюють, обгрунтовують та формують середовище застосування аналітичного інструментарію управління вартістю бізнесу.

# 1. Теоретична концептуалізація управління вартістю бізнесу

Управління вартістю компанії або концепція вартісного менеджменту – це не тільки набір системних принципів, етапів. «Це система поглядів, це праця, завдяки якій змінюються звичні традиційні погляди на бізнес, формується інноваційне бачення, що дає змогу врахувати значущість кожного управлінського рішення на зростанні вартості компанії» [12, с. 55].

«На шляху до створення системи управління вартістю компанії першим етапом є виявлення вартості її активів як вихідна точка відліку» [15]. «Ця величина буде певним базовим елементом, з яким порівнюватимуться і визначатимуться всі подальші досягнення компанії» [22, с. 189]. Існують кілька концепцій у системі управління вартістю компанії:

- традиційний підхід на основі даних бухгалтерського обліку. «Традиційні підходи до оцінки компаній (порівняльний, витратний, дохідний) для визначення передінвестиційної вартості (pre-money valuation) венчурного проєкту практично не використовуються» [23, с. 34];

- підхід до управління на основі створюваної вартості. «Управління, націлене на створення вартості, було розроблено як частину тенденції відхилення від традиційних показників бухгалтерського обліку, щоб включити так звані метрики на основі вартості, що відображають прибутковість» [23, с. 35];

- підхід до управління на основі врахування інтересів сторін, зацікавлених у результатах діяльності організації. «Взаємодія компанії із зацікавленими сторонами демонструє готовність компанії інвестувати в розвиток, у майбутнє своїх клієнтів і співробітників, партнерів і постачальників, забезпечувати сталий розвиток як компанії, так і місцевих спільнот, здійснювати соціальні інвестиції в значущі для території присутності компанії сфери, готовність розвивати взаємодію з тими особами, які володіють інформацією та ресурсами» [23, с. 36].

Отже, традиційний підхід до управління вартістю на основі даних бухгалтерського (або управлінського обліку) має такі характеристики:

- оперує абсолютними фінансовими показниками, що базуються на даних бухгалтерського обліку (наприклад, величинами обороту, операційного прибутку та прибутку після оподаткування, капіталовіддачі, відношенням маржинального доходу до прибутку);

- способом оцінки визнає порівняння фактичних показників із плановими (або з минулими періодами), використовуючи динаміку показників у часі;

- використовує невеликий горизонт планування (максимум 2-3 роки, а для компаній і того менше: 0,5-1 рік);

- відсутнє цілісне бачення менеджменту про вартість бізнесу і розуміння її важливості як основного критерію розвитку компанії. Має місце вузьке розуміння вартості як моментного, частіше майнового зрізу підприємства і короткострокових результатів його діяльності, що призводить до невикористання потенціалу ефективного управління компанією, невисокої якості управління та відставання підприємств бізнесу за продуктивністю праці, внутрішньою ефективністю, інвестиційною привабливістю.

«Суть концепції управління на основі інтересів зацікавлених сторін полягає в застосуванні в оцінці прийомів порівняння отриманих результатів з альтернативними, очікуваними або необхідними величинами» [16, с. 28]. І тут можливі два варіанти порівняння фінансових показників:

- порівняння із середньогалузевими показниками (або ж показниками конкурентів);

- порівняння з очікуваною прибутковістю - мінімальним необхідним власником капіталу рівнем прибутковості.

«З позиції аналітичної інновації концепція VBM передбачає послідовне введення нових критеріїв оцінки результативності будь-якої компанії-конкурента, поєднуючи всі три виміри» [5, с. 9]. Для визначення прибутку, розраховані дані традиційними бухгалтерськими способами, оцінюються за допомогою інвестиційних ризиків, завдяки зіставленню з необхідною за ризик прибутковістю або витратами на капітал компанії. «Оцінка цієї специфічної ставки прибутковості, що виконує роль бар’єрної планки, припускає, що в процедури фінансового аналізу вводять нові аналітичні алгоритми і, отже, необхідна для нього інформаційна база розширюється» [9]. Спираючись на три фінансові виміри компанії – ліквідність, ризик і вартість, - концепція управління вартістю пропонує нові фінансові показники для вираження результатів, що пов’язані з інвестиційною вартістю капіталу. «Одна частина показників фіксує економічний прибуток в абсолютному вираженні, а інша частина - мають форму відносних» [3, с. 24].

Таким чином, як система фінансового аналізу концепція вартісного менеджменту включає інновації на рівні принципів та інструментів оцінки результативності компанії. «Логічним розвитком зазначених вище особливостей фінансової аналітики підприємства, властивих VBM, стає аналіз зростання. У ракурсі сучасного, більш просунутого фінансового аналізу формується нове бачення зростання компанії, яке можна описати як багатовимірне зростання» [17, с. 33]. «Однією з її особливостей є поворот аналізу зростання від царини простого виміру через зростання обсягів продажів і бухгалтерського прибутку в царину нових координат: продажі – інвестиційна вартість компанії. Якість зростання пов’язана тут зі створенням вартості компанії» [21, с. 405].

Другою новою характеристикою зростання є суперечність короткострокового і довгострокового вимірів зростання. «Для того щоб виділити внесок самого зростання у вартість компанії, необхідно використовувати оцінку вартості самого зростання, а краще, можливостей зростання (англ. Value of growth opportunities, VGO), виокремлюючи компонент зростання з вартості компанії» [14, с. 83]. «Погляд з позиції вимірювання «внеску зростання» дає змогу судити про результативність зростання й оцінювати його фінансову ефективність. Очевидно, що вирішення цього завдання пов’язане з розвитком методології дисконтованого потоку грошових коштів» [10, с. 66]. Розроблення прийомів оцінювання «вартості зростання» призведе до розширення інструментарію сучасного фінансового аналізу і дасть змогу запропонувати компактні, ємні моделі. «Застосування інструментарію оцінки горизонтів вартості зростання, своєю чергою, розширить діапазон емпіричних досліджень зростаючих компаній» [1, с. 78].

Нарешті, в рамках концепції управління вартістю по-новому ставиться і проблема стійкості зростання. Принциповий ракурс цієї проблеми – стійкість зростання інвестиційної вартості компанії. Концепція управління вартістю компанії, як і належить інновації, створює стимули до глибшого осмислення усталених концепцій, і насамперед оцінки величини використовуваного (інвестованого) капіталу, розширення традиційних меж цього поняття, що зазвичай замикаються на характеристиках фінансового капіталу (позикового та власного), і включення в орбіту аналізу інших частин капіталу - інтелектуального (людського, клієнтського, організаційного). «Існуючі стандарти відображення вартості капіталу, включно з МСФЗ, створюють для фінансового і стратегічного аналітика проблему заниження вартості активів, капіталу і прибутку, тому що не беруть до уваги інтелектуальну складову капіталу» [8, с. 242].

«Незважаючи на всі рухи в галузі розвитку цих стандартів, питання залишається відкритим. Стосовно «невидимого капіталу» концепція управління вартістю пропонує певні рішення, спрямовані на фокусування аналізу на стратегічному підході до капіталу» [11, с. 97]. Одночасно з аналітичними інноваціями концепція управління вартістю компанії цікава і з погляду нових підходів до вирішення прикладних завдань фінансового менеджменту.

Оскільки в центрі VBM проблема досягнення довгострокового зростання інвестиційної вартості, вона пропонує нові підходи до планування діяльності компанії, до розроблення корпоративної стратегії та політик, включно з фінансовою політикою, що охоплює інвестиції, їхнє фінансування та розподіл створеного результату. На прикладному рівні реалізація цієї концепції сьогодні найцікавіша у двох аспектах. «Перший – оцінка ефективності корпоративних стратегій, стратегічного планування інвестиційної вартості, що означає використання інвестиційної вартості капіталу в обґрунтуванні рішень про перспективні напрямки розвитку компанії» [20]. Переведення стратегічного планування на «мову вартості» компанії не може бути реалізовано без активної участі власників, чиє першочергове завдання полягає в забезпеченні стратегічного бачення у команди виконавців. «До переліку актуальних прикладних розробок у сфері управління вартістю необхідно включити створення стратегічної звітності про вартість» [26, с. 238].

Управління вартістю створює можливості для балансування інтересів менеджменту та власника. Відсутність стилю мислення, сфокусованого на економічному прибутку та інвестиційній вартості компанії, створює додатковий розрив із сучасним світом управління та інвестицій, породжує недовіру інвесторів. Недовіра – це супутник підвищених ризиків для інвесторів, що тягне за собою вищі бар’єрні, порогові ставки прибутковості, а вони, своєю чергою, - вищі витрати компанії на капітал, який вона залучає для зростання і розвитку. «Без відповідних змін у фінансовому мисленні та стратегічних підходах побудова правильної, точніше, ефективної системи корпоративного управління та процедур роботи рад директорів навряд чи можлива» [27, с. 315]. Відсутність відповідного стилю мислення в умовах глобалізації різко знижує конкурентоспроможність компаній і є серйозним бар’єром, що стримує економічне зростання в країні.

Таким чином, вихідним пунктом у впровадженні концепції вартісного менеджменту на підприємстві є вартість його активів. Однак сучасні стандарти бухгалтерського обліку не дають змоги (і не зобов’язують) реально оцінити величину активів компанії в кожен конкретний період часу. Але ж активам властиво втрачати свою вартість у часі. Величина активів компанії на певний момент може стати звідси величиною досить умовною, а компаніям, орієнтованим на вартість, доводиться шукати шляхи реальної оцінки вартості її майна. Звідси й виникає необхідність упровадження концепції вартісного менеджменту, зокрема й на підприємствах середнього та малого бізнесу.

# 2. Оцінка та управління вартістю бізнесу в сучасних умовах

Для підвищення інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності в сучасних умовах необхідно використовувати нові стратегії та методи управління бізнесом. «До таких методів відносять оцінку вартості та управління підприємства. Актуальним стає ефективне управління в цій галузі. Оцінка бізнесу – це дорога процедура, проте в деяких випадках вона стає необхідною і деколи єдино вірним кроком перед прийняттям стратегічно важливих рішень» [13, с. 124].

«Оцінка вартості бізнесу – це впорядкований цілеспрямований процес визначення вартості підприємства в грошовому вираженні з урахуванням потенційного, реального доходу» [7, с. 31]. Відмінною особливістю процесу оцінки вартості бізнесу є її ринковий характер. Оцінка вартості бізнесу не обмежується врахуванням витрат на створення і придбання оцінюваного об’єкта, вона обов’язково враховує сукупність ринкових чинників, серед яких:

- фактор часу,

- ризику,

- ринкова кон’юнктура,

- модель і рівень конкуренції,

- економічні особливості оцінюваного об’єкта,

- ринкове реноме,

- макро- і мікроекономічне середовище проживання.

«Методи і доходи, які використовуються під час оцінювання, визначаються залежно від особливостей оцінного процесу, економічних особливостей оцінюваного об’єкта, від цілей, принципів оцінювання» [4, с. 16].

На становище підприємств позначаються й інфляційні процеси, а саме:

- зменшується вартість майна підприємства,

- створюються умови для неможливості накопичення грошових коштів для капітальних вкладень,

- мають місце короткострокові інтереси організації.

Завданням керівництва є управління вартістю підприємства, яке тісно пов’язане з методологією його оцінки.

«Процес оцінки вартості управління бізнесу можна запропонувати в такій послідовності:

- укладення договору про оцінку з оцінювачем,

- встановлення якісних і кількісних характеристик об’єкта,

- аналіз ринку, на якому представлений об’єкт оцінки,

- вибір методу і підходів оцінки,

- узагальнення отриманих результатів,

- визначення підсумкової величини вартості об’єкта,

- складання і передача замовнику звіту про оцінку» [24].

Кожна компанія – це не тільки виробник продуктів і послуг, а й ринковий товар. Визначити його вартість дають змогу методи оцінки бізнесу.

За логікою за використання різних підходів, якщо йдеться про одну й ту саму компанію, результат, тобто вартість бізнесу, має бути однаковим. Однак це не так: по-перше, за різних методів використовують різні показники, по-друге, цифри, які може надавати ринок, не завжди об’єктивні. Тому потрібно бути напоготові, розуміючи, що за одними й тими самими критеріями не можна оцінювати різні бізнеси. «Наприклад, неможливо однаково оцінювати нерухомість та інтелектуальний продукт. Звертаючись до фінансової оцінки бізнесу, важливо заздалегідь поцікавитися, який метод обере оцінювач, і зіставити цю інформацію з особливостями бізнесу та своїми знаннями. Хоча досвідчений оцінювач завжди визначить, що саме підійде вам і чому» [9].

«Відомі три загальні підходи до оцінки бізнесу, кожен з яких пропонує свої методи. Усі вони допомагають визначити вартість компанії відносно певної дати. Обираючи підхід і метод, потрібно враховувати багато показників» [18, с. 24]:

-розмір компанії,

- форму організації бізнесу,

- мета оцінки – для продажу, для оформлення процедури банкрутства, для інвестицій.

Часто оцінка дає змогу зробити висновки для подальшого розвитку: про доцільність тих чи інших активів, про можливості розширення бізнесу тощо.

Економісти об’єднують усі методи оцінки вартості в три категорії, засновані на відповідних підходах.

Прибутковий підхід до оцінки бізнесу (методи доходів.) «Прибутковий підхід до фінансової оцінки бізнесу передбачає роботу з доходами компанії. Ціна фірми або підприємства виявляється безпосередньо залежною від виручки. Тобто, вираховується ціна доходу, який можна буде отримати від компанії надалі» [6, с. 152]. Методи доходів популярні в тих випадках, коли оцінка бізнесу організовується заради запуску нових проєктів і якихось управлінських рішень щодо розвитку в цілому. Що стосується інвесторів, то їх цікавлять насамперед доходи, а не матеріальна база компанії, те, скільки виявиться прибутку в результаті інвестування або купівлі компанії. Тому дохідний підхід до оцінки бізнесу можна застосувати переважно для стабільних фірм, що працюють за довгостроковими договорами, тобто здатних прогнозувати прибуток уперед.

Метод дисконтування передбачуваних грошових потоків. «Використовуючи цей метод, експерти-оцінювачі звертають увагу на дисконтування майбутнього грошового потоку за певною ставкою. Дисконтування передбачає (точніше, говорить про помічений в економіці факт), що сама вартість грошей надалі змінюється» [2, с. 118]. Надходження, які очікуються через деякий час, мають меншу вартість, ніж ті, що є сьогодні. Зменшення вартості пояснюється тим, що гроші могли б бути покладені в банк під відсотки і принести доходи. А оскільки прибутку ще немає, їхня вартість при приведенні до сьогоднішнього дня зменшується на величину недоотриманих відсотків.

Ставка дисконтування – це норма віддачі на вкладені інвестиції, відсотки доходу від вкладених коштів. «Дисконтування застосовують у ситуаціях, коли є причини думати, що доходи компанії через відрізок часу відрізнятимуться від сьогоднішніх, або якщо прибуток має сезонний характер» [22, с. 190]. Прогноз робиться на період, протягом якого діяльність компанії має залишатися ефективною. Цей період визначається термінами економічного життя товарів, зносом обладнання, актуальністю технологій, термінами оренди, умовами ринку. Описаний метод оцінки бізнесу ефективний для великих компаній. «Прибуткові методи використовують досить часто, але їх складно назвати незамінними. Для отримання більш об’єктивних результатів добре мати уявлення про всі методи оцінки бізнесу» [25, с. 1201]. В ідеалі ефективніше, коли компанія-оцінювач приймає рішення про використання декількох методів і підходів.

Порівняльний підхід до оцінки бізнесу (ринкові методи). «Порівняльний підхід передбачає при розрахунках використовувати відомості про компанії, які схожі на ту, що оцінюється. Ціна бізнесу визначається залежно від того, за яку суму на ринку продаються схожі компанії. Тому тут важлива достовірність інформації про компанії-конкуренти. Компаній-близнюків на ринку дуже мало, тому порівняльний підхід до оцінки бізнесу експерти застосовують досить рідко. Але якщо ухвалюється таке рішення, актуальні такі методи» [26, с. 238].

Метод ринку капіталу. «В основі методу ринку капіталу лежить робота з цінами, які сформувалися на фондовому ринку. Проводиться аналіз дрібних операцій з відкритого фондового ринку за умовний період. Мета цього аналізу – оцінити міноритарний пакет акцій. Інформація про ціни на акції, що перебувають у вільному продажу, після деяких коригувань допомагає визначитися з ціною акції оцінюваного підприємства. Тобто, розбираючись із вартістю акцій своєї компанії, оцінювач бере до уваги вартість однієї акції компанії-конкурента» [27, с. 358].

Метод угод схожий на попередній метод оцінки бізнесу, тільки в його основі – визначення не стільки ціни однієї акції, скільки вартості всього контрольного пакета. Метод угод і метод ринку капіталу застосовують для компаній з недостатньо ліквідними акціями. Їхня оціночна вартість зазвичай завищена.

Метод галузевих коефіцієнтів. «При використанні методу галузевих коефіцієнтів необхідно провести порівняння з підприємством тієї ж сфери, показники якого останнім часом демонстрували стабільне зростання. Щоб розрахувати галузеві коефіцієнти, потрібно зібрати дані про те, з урахуванням яких умов продавалися компанії з певними фінансовими та виробничими характеристиками» [10, с. 119]. Враховується специфіка бізнесу та галузі. «Метод галузевих коефіцієнтів можна застосовувати з метою оцінки вартості невеликих компаній: наприклад, для підприємств громадського харчування, роздрібної торгівлі, готельного бізнесу» [16, с. 77].

Витратний підхід передбачає оцінку компанії з точки зору витрат. «Як правило, балансова вартість її активів може не збігатися з ринковою. Тому тут потрібне коригування балансу. Цей підхід застосовують для бізнесів, які не дають стабільних доходів» [20]:

- якщо компанія утворена нещодавно,

- або перебуває в процесі ліквідації.

Такий метод допомагає визначити ринкову вартість активів, з якої віднімають величину зобов’язань компанії і виводять суму власного капіталу. Витратний підхід до оцінки бізнесу пропонує такі методи.

Метод чистих активів. «До основних балансових методів оцінки бізнесу належить метод чистих активів. З його допомогою можна підрахувати ринкову вартість активів компанії, а потім відняти величину її зобов’язань. Коригуються не доходи і витрати компанії, а статті бухгалтерського балансу. Цей метод оцінки вартості бізнесу має характер основного, початкового» [23, с. 67]. Потім цифра коригується ще залежно від ринку. Метод частіше використовують ТОВ: аудиторські, консалтингові, брокерські компанії.

Метод ліквідаційної вартості. «Цей метод допомагає визначити суму, яку вдасться виручити, якщо буде ухвалено рішення про продаж усіх активів. Під час розрахунку увагу приділяють витратам на демонтаж обладнання, враховують податки на продаж, комісійні та інші можливі витрати. У підсумку, ціна бізнесу дорівнюватиме вартості активів за вирахуванням витрат, супутніх процедурі банкрутства. При цьому у вартості втрачають нематеріальні активи» [14, с. 84].

Після отримання результатів оцінки складається звіт про оцінку бізнесу. У цьому багатосторінковому документі мають бути чітко і ясно обґрунтовані обрані методи оцінки.

Одним із чинників, який дає нам можливість стверджувати про успішність тієї чи іншої компанії, є її вартість. Цей фактор і визначає різноманітні аспекти діяльності організації. Керівники та акціонери компаній прагнуть постійного збільшення вартості своєї продукції.

Отже, процес управління вартістю бізнесу це складний і дорогий процес. Оцінка управління вартістю бізнесу – це процедура добровільна, і рішення ухвалює керівництво, проте врахування результатів оцінки важливе для забезпечення ефективної діяльності, з погляду ринкової вартості в подальшій перспективі. Оцінка вартості управління бізнесу – це важлива складова фінансового ринку. Аналіз ринку визначається як механізм ефективного управління власністю, правильного об’єктивного вкладення коштів. Підсумковий вибір ціни бізнесу між кількома підходами ніде законодавчо не закріплений, це може бути вибір якоїсь однієї ціни, або середньозважена між кількома підходами.

# 3. Сучасні концепції управління вартістю бізнесу

З розвитком управлінської думки керівництво компаній відійшло від розроблення управлінських рішень на основі аналізу окремих підрозділів, процесів або операцій. З’явилася необхідність брати до уваги всі наявні чинники, як зовнішні, так і внутрішні, для ефективнішого управління бізнесом. «Для того, щоб проаналізувати всі ці умови функціонування компанії та врахувати можливі тенденції їхніх змін, було розроблено нові системи управління – орієнтована на вартість (VBM) та орієнтована на очікування (EBM)» [9]. Обидві системи управління говорять про ухвалення рішень на основі оцінки їхнього впливу на вартість компанії.

«Концепція управління вартістю компанії (Value-Based Management, VBM) – це система оцінки результатів діяльності компанії на основі вартості та побудова за цим інтегрованим показником важелів управління. Основні принципи концепції VBM» [21, с. 405]:

- прийняті показники, які показують збільшення рівня капіталу для акціонерів, мають бути пов’язані з ухваленням стратегічних та оперативних рішень, оцінкою ефективності діяльності бізнесу та системою мотивації менеджменту.

Система мотивації менеджменту має враховувати ключові вартісні фактори, щоб мінімізувати проблему агента-принципала і сприяти зростанню вартості компанії.

В управлінні вартістю компанії має використовуватися економічний підхід, а не бухгалтерський, тобто оцінка вартості компанії має спиратися на дохідний підхід з урахуванням альтернативних витрат.

Управління вартістю бізнесу має бути зрозумілим, узгодженим і прозорим.

Аналіз ефективності управління вартістю компанії має враховувати як внутрішню, так і зовнішню інформацію.

Система VBM спирається на низку фінансових показників, які дають змогу оцінити ефективність діяльності компанії. У таблиці 1 подано їхні основні характеристики, а також переваги та недоліки.

Таблиця 3.1.

Аналіз фінансових показників системи VBM

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | Формула розрахунку | Недоліки | Переваги |
| Економічна додана вартість (EVA) | Чистий операційний прибуток після сплати податків - (Інвестований капітал × Середньозважена вартість капіталу) | - дає змогу визначити динаміку зміни вартості компанії; враховує середньозважену вартість капіталу. | - не відображає приведену вартість; |
| Ринкова додана вартість (MVA) | Капіталізація + Ринкова вартість боргу - Інвестований капітал | У моделі відображено дисконтовану вартість усіх поточних і майбутніх інвестицій, що вкладаються в компанію | - враховує тільки прибуток та ігнорує грошові потоки |
| Грошова додана Вартість (CVA) | Чистий грошовий потік від операційної діяльності, очищений від податків | - модель може застосовуватися як для публічних, так і для непублічних | - складність розрахунків;  - необхідність використання специфічних формулювань |
| Акціонерна додана вартість (SVA) | Розрахункова вартість акціонерного капіталу - Балансова вартість акціонерного капіталу | компаній; - результати не залежать від облікової політики та бухгалтерських стандартів | Трудомісткість у розрахунках |

Одна із сучасних концепцій управління вартістю компанії - менеджмент на основі очікувань (Expectations Based Management, EBM).

«Концепція заснована на тому, що сукупна прибутковість акціонерів в основному залежить від того, наскільки фактичні показники діяльності компанії відрізняються від очікуваних інвесторами. Згідно з концепцією EBM вартість бізнесу визначається як різниця між фактичним та очікуваним економічним прибутком (ER) або доданою економічною вартістю (EVA)» [15]:

EV = EVAf - EVAe (1)

Де EV - вартість бізнесу;

EVAf - фактичне значення EVA; EVAe - очікуване значення EVA.

Якщо EV більше нуля, то компанія перевершила очікування інвесторів, і ринкова капіталізація компанії збільшуватиметься. Якщо EV менше нуля, компанія не виправдала очікувань інвесторів і ринкова вартість компанії буде зменшуватися.

Отже, сучасні концепції управління ефективністю компанії будуються на вартісних засадах. Концепція Value Based Management ґрунтується на тому, що вартість компанії є інтегрованим показником, на збільшення якого мають бути націлені дії керівництва. У рамках концепції розроблено показники, які дають змогу оцінити ефективність діяльності компанії. Концепція Expectation Based Management ґрунтується на тому, що вартість компанії зростає тоді, коли фактичні результати її діяльності перевищують очікувані інвесторами. При цьому порівнюються фактична й очікувана рентабельність інвестованого капіталу та середньозважена вартість капіталу.

# 4. Розвиток методів управління вартістю бізнесу на основі цифрових технологій

У ситуації, що склалася, організації перебувають у пошуках ефективної системи управління, спрямованої на оптимізацію внутрішніх резервів, що дають змогу успішно реалізувати стратегію розвитку компаній у перспективному майбутньому. «У такій ситуації необхідна оперативність у прийнятті управлінських рішень щодо організації бізнес-процесів, забезпечення прибутковості господарської діяльності на рівні стабільного фінансового стану» [19].

На сьогодні дедалі популярнішим стало управління вартістю компанії, що являє собою один із підходів до управління бізнесом, орієнтованим на створення і примноження капіталу. «Стратегія управління вартістю компанії орієнтується на цільові настанови бізнесу і передбачає не тільки отримання прибутку за результатами господарської діяльності, а й нарощування елементів власного капіталу, збільшення вартості чистих активів. У результаті, збільшення вартості компанії характеризує підвищення її стійкості та фінансової незалежності, а зниження характеризуватиме зниження темпів бізнесу, погіршення фінансового становища компанії, втрату автономності» [5, с. 14].

«Вирішенню багатьох питань у цьому напрямі сприяє епоха цифровізації, яка є прогресивним фактором розвитку економіки та підвищення добробуту компанії» [2, с. 109]. «Використання цифрових інновацій і технологій стає додатковим драйвером, що забезпечує зростання продуктивності, сприяє випуску нових або більш якісних старих товарів і послуг, зниженню витрат на їх виробництво. Завдяки досягненням цифрової економіки, наприклад, таким як цифрові платформи, полегшуються транзакції та розширюються можливості для обміну інформацією між учасниками ринку» [9].

Дослідження управління вартістю організації в ракурсі інформатизації оцінювання критеріїв, що визначають приріст доданої вартості, спрямоване на застосування широкого спектра цифрових інструментів [9], автоматизованих спеціалізованих програм для опрацювання показників, що характеризують бізнес-процеси, господарські явища та ситуації, результативність функціонування економічних суб’єктів, що забезпечить ухвалення ефективних управлінських рішень.

Оцінка вартості компанії може здійснюватися за двома напрямами:

- за вартістю активів (майна) організації за даними бухгалтерського балансу з джерелом покриття в сумі власного і позикового капіталу;

- за вартістю чистих активів організації з джерелом покриття власним капіталом.

Для дослідження вартості компанії використано матеріали ТОВ “Імпактенерго”.

Використання методів експрес-аналізу автоматизованого програмного продукту “ELL-KOM” дало змогу провести діагностику тенденцій формування та нагромадження вартості компанії, виокремити основні компоненти, що впливають на її величину, вивчити склад джерел майна організації та джерел створення доданої вартості, а також дати оцінку показникам ефективності функціонування компанії, визначити рентабельність загального та власного капіталу, його оборотність за останні п’ять років, проаналізувати стійкість бізнесу.

Результати аналізу свідчать про тенденцію зростання вартості активів компанії в динаміці (таблиця 4.1).

Таблиця 4.1

Динаміка вартості ТОВ “Імпактенерго” у сукупності активів за даними бухгалтерського балансу

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Склад активів компанії | Од. виміру | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |
| Необоротні активи | тис. грн. | 911821 | 798562 | 899401 | 933367 | 1466688 |
| питома вага, % | 19,11 | 18,46 | 25,4 | 19,2 | 18,4 |
| Оборотні активи | тис. грн. | 4034364 | 3774552 | 3303286 | 4397662 | 7424623 |
| питома вага, % | 83,5 | 84,4 | 71,41 | 83,5 | 81,6 |
| Вартість майна компанії | тис. грн. | 4555180 | 4503022 | 4281473 | 5314617 | 7928878 |

Аналіз вартості майна компанії свідчить про те, що в динаміці спостерігається тенденція його зростання, за п’ятирічний період вартість компанії зросла практично вдвічі – з 4555180 тис. грн у 2019 році до 7928878 тис. грн у 2023 р. Темпи зростання вартості активів склали за п’ятиріччя 197,4%. На балансі ТОВ “Імпактенерго” знаходяться як необоротні так і оборотні активи. Приріст майна забезпечено головним чином приростом оборотних активів, оскільки на їхню частку щорічно у вартості майна припадає понад 78%, а у 2023 році питома вага оборотних активів становила 75,3%. Вартість оборотних активів у 2023 році становила 7424623 тис. грн.

Дані бухгалтерського балансу свідчать про те, що з огляду на специфіку діяльності компанії у складі оборотних активів основну частку займає вартість матеріалів, які перебувають на складі в запасах, а також у складі незавершеного і поточного будівництва.

Другим за значимістю є сума дебіторської заборгованості.

Другим за значущістю елементом оборотних активів є сума дебіторської заборгованості, яка щорічно зростала, оскільки компанія розширила виробничу діяльність і є однією з провідних спеціалізованих компаній регіону, що характеризується збільшенням обсягу виконувних робіт і послуг.

Негативним моментом є зниження наявності вільних грошових коштів в обороті, які на кінець аналізованого періоду становили всього лише 9978 тис. грн.

Разом з тим, проведений експрес аналіз у системі програмного продукту свідчить про зниження загальної ліквідності балансу, майно компанії стало менш мобільним, зросла величина чистого оборотного капіталу (таблиця 4.2).

Таблиця 4.2

Показники ліквідності активів ТОВ “Імпактенерго” у динаміці

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |
| Величина коефіцієнта загальної ліквідності, рази | 19,33 | 15,77 | 9,1 | 6,1 | 10,3 |
| Показник середньострокової ліквідності, рази | 4,1 | 4,5 | 3,8 | 3,7 | 6,5 |
| Показник абсолютної ліквідності, рази | 0,78 | 0,99 | 1,33 | 0,68 | 0,63 |
| Сума чистого оборотного капіталу, NWC, тис. грн. | 4015879 | 3712372 | 2789872 | 3537397 | 6812634 |

Величина коефіцієнта загальної ліквідності знизилася за останні п’ять років з 19,33 разів у 2019 р. до 10,3 разів у 2023 році, це характеризує сповільнення процесу обігу загальної вартості майна в грошові кошти, що негативно може впливати на безперервність бізнесу та його забезпеченість грошовими коштами. Цей висновок підтверджено отриманням організацією в поточному році великої суми довгострокового кредиту, на кінець року сума довгострокових позикових коштів становила 6812634 тис. грн.

Величина показника середньострокової ліквідності, навпаки, зросла за п’ятиріччя практично вдвічі і склала 6,5 разів. Він показує можливість самою організацією покрити поточні платежі. Разом з тим, швидке зростання цього показника може призвести до уповільнення оборотності оборотного капіталу [8].

Власним джерелом вартості компанії є власний капітал [2].

У бухгалтерському балансі склад елементів власного капіталу відображається в третьому розділі пасиву балансу і характеризує зміну величини інвестованого та накопиченого капіталу в динаміці.

Таблиця 4.3

Динаміка складу власного капіталу ТОВ “Імпактенерго”, тис грн.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |
| Інвестований капітал | | | | | | | |
| Розмір статутного капіталу | 118 | 109 | 107 | 388112 | 402111 | 402111 | 402111 |
| Вартість акцій, викуплених в акціонерів | 142547 | 30341 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Накопичений капітал (додаткова вартість) | | | | | | | |
| Сума переоцінки необоротних активів | 91988 | 89042 | 460660 | 456074 | 451415 | 451745 | 412137 |
| Розмір додаткового капіталу без суми переоцінки | 141470 | 28016 | 13 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| Величина резервного капіталу | 215 | 381 | 1481 | 11781 | 31607 | 31607 | 31607 |
| Сума накопиченого нерозподіленого прибутку | 2026398 | 2114193 | 2175631 | 1887992 | 2303616 | 2444987 | 2627379 |
| Вартість власного капіталу | 2121741 | 2217336 | 2701899 | 2911133 | 3164777 | 3328777 | 3438779 |

Оцінку власного капіталу здійснено за двома основними компонентами: інвестований капітал власниками публічного акціонерного товариства при створенні товариства та наступному поповненні статутного капіталу та накопичений капітал, що сприяло вивченню зміни розміру додаткової вартості компанії, темпи розвитку діяльності якої щорічно збільшуються.

Для аналізу власного капіталу, його інвестованої та накопиченої частини використано дані бухгалтерського балансу ТОВ “Імпактенерго” (таблиця 4.3).

Вартість власного капіталу організації постійно зростає, у 2023 році його величина становила 3438779 тис. грн, а у 2017 році вона дорівнювала 2121741 тис. грн.

Інвестований капітал компанії складається тільки зі статутного капіталу, який у 2017 р. становив лише 215 тис. грн, а в 2020 р. акціонерами було здійснено додаткові інвестиції, необхідність яких пов’язана зі змінами в законодавстві, пов’язаними із забезпеченням кредиторів забудовників, які здійснюють житлове будівництво за договором пайової участі. У результаті додаткового інвестування статутний капітал товариства становив 402111 тис. грн.

Аналіз складу власного капіталу свідчить про переважання в ньому накопиченого капіталу, сума якого сформувалася за рахунок розміру отриманого під час переоцінки необоротних активів, створення резервного капіталу, передбаченого статутом ТОВ “Імпактенерго”, додаткового капіталу та нерозподіленого прибутку. Накопичений капітал створено за рахунок нерозподіленого прибутку, сума якого щороку зростала.

Наявність власного капіталу та тенденція його зростання визначають стійкість бізнесу компанії, стабільне отримання прибутку забезпечує компанію власними джерелами, що оптимізує витрати із залучення позикового капіталу.

Використання комп’ютерних технологій, програмного продукту для опрацювання інформації щодо формування та нагромадження власного капіталу дало змогу дати оцінку вартості чистих активів, показників рентабельності всіх видів капіталу, що характеризує успішні результати бізнесу, вартість якого має тенденцію зростання, а також характеризується створенням додаткової вартості. Разом з тим, обчислені коефіцієнти рентабельності свідчать про відсутність стабільності в отриманні прибутку та ефективному використанні капіталу будівельної компанії.

Динаміка результатів коефіцієнтного аналізу ТОВ “Імпактенерго” подана в таблиці 4.4.

Таблиця 4.4

Аналіз оцінки ефективності використання капіталу при створенні вартості організації в динаміці ТОВ “Імпактенерго”, %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коефіцієнти | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |
| Величина рентабельності всього капіталу | 6 | 8 | 4 | 5 |
| Розмір рентабельності сформованого власного капіталу | 9 | 11 | 3 | 6 |
| Величина рентабельності акціонерного капіталу | 99 | 68 | 21 | 39 |
| Величина рентабельності постійних активів | 19 | 40 | 12 | 19 |
| Величина рентабельності оборотних активів | 7 | 12 | 5 | 6 |

Дані таблиці свідчать про зниження всіх показників рентабельності, що характеризує зниження ефективності бізнесу. Зокрема, обчислений показник рентабельності всього капіталу в динаміці змінювався нерівномірно і в 2023 р. становив лише 6%. Оскільки цей показник визначається як відношення чистого прибутку до загальної вартості майна компанії або до вартості всього капіталу, то він показує по компанії, що різке збільшення вартості майна. Темпи зростання прибутку нижчі за темпи зростання вартості майна, що і вплинуло на зниження рентабельності всього капіталу. Подібна ситуація спостерігається за іншими показниками прибутку і потребує регулювання ефективності використаної вартості компанії.

Як показало дослідження, застосування цифрових технологій в управлінні вартістю організації в частині застосування автоматизованих продуктів для аналізу й оцінювання вартості компанії, джерел її створення, ефективності використання активів і зобов’язань сприяє розвитку способів і прийомів управління елементами, що формують вартість бізнесу, сприяє опрацюванню великого масиву інформації для виявлення тенденцій і закономірностей зміни окремих компонентів власного та позикового капіталу, оцінюванню формування і використання вартості компанії.

# ВИСНОВКИ

1. Для розвитку підприємства та підтримки його на необхідному рівні прибутковості власнику потрібно докладати чимало зусиль. У зв’язку з цим перед керівником постає завдання оцінки власного бізнесу. Саме оцінка допоможе йому ухвалити зважені рішення щодо реалізації прав власника, бо саме вартість бізнесу є найповнішою оцінкою результатів діяльності підприємства.

2. Вартість компанії безперервно пов’язана з вартістю її акцій, тому під час планування діяльності організації необхідно управляти їхньою вартістю. Управління вартістю акцій компанії, як і її вартістю загалом, розраховує на аналіз усіх ухвалюваних рішень з погляду їхнього впливу на вартість організації.

3. Визначення та управління вартістю своєї компанії в умовах сучасної ринкової економіки зараз важливіше, ніж будь-коли, але концепція вартості не має значення, якщо немає можливості її виміряти і збільшити. Метою управління та об’єктом планування є збільшення вартості підприємства. Це завдання вирішується в рамках системи моніторингу оцінки бізнесу. Система моніторингу, своєю чергою, взаємопов’язана з усіма аспектами менеджменту, а саме, з управлінням асортиментом, витратами, фінансовою та інвестиційною політикою, податковим плануванням, активами тощо.

4. Мірою ефективного бізнесу є збільшення його вартості, а зовсім не його ліквідність, рентабельність або величина прибутку. А це означає, що вартість підприємства, як і доходи власників, збільшуються за умови грамотного управління цим підприємством.

5. Для оцінки підприємств, що мають різнорідні активи, або у випадку, коли бізнес не може приносити стійкий дохід, більш прийнятним є витратний підхід. Раціональним є використання методу витратного підходу і при оцінці особливих видів бізнесу. При дохідному підході базою є дохід, як фактор, що вимірює величину вартості об’єкта. При даному підході значення має тривалість періоду отримання можливого доходу, а також ризики, що супроводжують цей процес.

6. Існують різні концепції управління вартістю бізнесу. Концепція управління вартістю компанії являє собою формування системи аналізу та оцінки результатів діяльності компанії, за основу якої береться її вартість. За результатами зазначеного аналізу формуються важелі управління вартістю компанії, яка може зорієнтувати керівництво на збільшення та отримання максимальної ринкової вартості компанії. Вартість компанії можна виміряти дисконтованими майбутніми вільними грошовими потоками. Властивою особливістю концепції управління вартістю компанії так само є орієнтація не на нинішній прибуток, а саме на вартість компанії.

7. У сучасних системах, що використовуються при управлінні підприємством, міститься кілька різних елементів: від технологій до фінансово-економічної звітності, від обліку до описуваного регламенту внутрішніх бізнес-процесів, від схем взаємодії до зовнішнього оточення. У результаті користування цим взаємопов’язаним комплексом компонентів можна домогтися підвищення ефективності діяльності, здійснюваної підприємством. Актуальність оцінки ефективності діяльності, здійснюваної господарюючими суб’єктами, зберігалася, незалежно від періодів розвитку відносин в економіці.

8. Відповідно до суб’єкта й об’єкта оцінки, а також деяких інших чинників використовували різне трактування ефективності. Спочатку існувала залежність між оцінкою ефективності та ефективністю самого товару, чого домагалися за допомогою відстеження та аналізу життєвого циклу товару. Згодом оцінку робили відповідно до технологій (життєвого циклу технології), потім – з процесами (бізнес-процесами).

9. Сучасна відмінність оцінки зумовлена наявністю у будь-яких товарів обмеженого терміну життя. Тому компанії досягають довгострокового успіху не завдяки товарам, а процесам їх створення. Сьогодні успіх асоціюють не з якістю конкретної продукції, а з якістю самого бізнесу, ефективністю організованих процесів виробництва, керованістю бізнес-процесами.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабій О.М., Малишко В.С., Пудичева Г.О. Управління вартістю підприємства: Навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2016. 207 с.
2. Базілінська О. Я Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч. посіб. [для студентів вищ. навч. закл.]. Київ : ЦУЛ, 2014. 328 с.
3. Белова І.М., Семенишена Н.В. Інтегрована звітність інституційних одиниць: інтерпретаційне поле концепту. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. № 2. С.16–32.
4. Бруханський Р.Ф. Параметри розвитку корпоративної стратегічної обліково-аналітичної системи підприємства. Облік і фінанси. 2020. № 1 (87). С. 13-19.
5. Бруханський Р., Спільник І. Бізнес-аналітика vs. бізнес-аналіз: сучасний дискурс, модель професійної компетенції ініціатора позитивних змін. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2022. Випуск 1-2. С. 7-21.
6. Воронін А.В. Системний підхід до управління вартістю підприємства. Економiка i органiзацiя управлiння. 2016. № 3(23). С. 148–155.
7. Гриценко О. А. Управління вартістю бізнесу. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 62 с.
8. Дейнека О.В., Дехтяр Н.А., Пігуль Є.І. Актуальні питання управління вартістю підприємства. ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. 2017. №12. С. 240-245.
9. Кирієнко Д.М., Распопова В.А. Управління вартістю як основа виживання підприємства. URL: http://www. nauka.com/5\_SWMN\_2012/ Economics/10\_100949.doc.htm.
10. Корягін М.В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції : [монографія]. Львів : ЛКА, 2012. 389 с.
11. Костирко Р. О. Комплексна оцінка вартості підприємства : монографія / Р. О. Костирко, Н. В. Тертична, В. О. Шевчук. Харків : Фактор, 2008. 278 с.
12. Кулинич М.Б. Суб’єкт бізнесу – як осередок формування результатів діяльності та обґрунтування необхідності їх досягнення. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Економіка, політологія, історія. 2017. № 6 (248). С. 54–67.
13. Кулинич М. Методичний інструментарій в аналітичній оцінці результативності. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. №4. С. 122-130.
14. Кульбач Ю.О. Механізм управління вартістю підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 23. С. 82-86.
15. Лукач А.М., Ставицький О.В. Методи оцінки ринкової вартості підприємства в умовах сучасної економічної ситуації. Актуальні проблеми економіки та управління. 2018. № 1.
16. Полтініна О.П. Управління вартістю підприємства : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 140 с.
17. Пуцентейло П., Довбуш А., Бінчаровська Т., Гомотюк В. Сучасні технології бізнес-аналітики як інструмент для підвищення бізнес-комунікацій компанії. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2022. Випуск 1-2. С. 29-40.
18. Пуцентейло П.Р., Костецький Я.І., Брик М.М. Цифровізація управління земельними ресурсами: світовий досвід та вітчизняні реалії. Інноваційна економіка. 2022. № 4 (92). С.20-28. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/970>
19. Пуцентейло П.Р., Хома Н.Г., Бабій С.В. Застосування новітніх інформаційно-цифрових технологій в управлінні земельними ресурсами сільськогосподарських підприємств. Економічний дискурс. 2023. №1-2. URL: <http://ed.pdatu.edu.ua/article/view/287683>
20. Ровний Я.А. Основні елементи механізму управління вартістю підприємства. URL: <http://www.economy.in.ua/pdf/2_2013/25.pdf>.
21. Святенко С.В., Кульчицька Н.С. Оцінка бізнесу як інструмент управління вартістю малого підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 6 (23). С. 403-409.
22. Уманець К.А. Управління вартістю підприємства в системі фінансового менеджменту. Наукові записки КНТУ. 2011. Вип. 11. Ч. ІІ. С. 188–192.
23. Фінансовий менеджмент / [А. М. Поддєрьогін, Н. Д. Бабяк та ін.] : кол. авт. за наук. ред. А. М. Поддєрьогіна. 2-ге вид., перероб. Київ : КНЕУ, 2017. 534 с.
24. Хадарцев О. Проблеми управління вартістю підприємства в сучасних умовах господарювання. *Економіка та суспільство.* 2023. № 58.
25. Чубка О.М., Федевич Л.С., Курило О.Б. Витратний підхід до оцінки вартості підприємства: характеристика методів. Економіка і суспільство. 2018. № 19. С. 1198–1203.
26. Ярощук О.В. Концепції визначення вартості власного капіталу акціонерного товариства. Економічний аналіз. 2013. Том 14. № 3. С. 236-240.
27. Koller Tim, Goedhart Marc H., Wessels David, Valuation : measuring and managing the value of companies. McKinsey & Company. Seventh edition. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2020. 879 р.