

ОЦІНКА БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У ринкових умовах кожен суб'єкт господарювання повинен моделювати, оцінювати та контролювати свою економічну стійкість. Забезпечення повного та ефективного управління підприємством здійснюється за допомогою стійкого функціонування його бізнесу.

Сучасне господарське середовище характеризується такими ознаками:

- загострення конкуренції між національними та іноземними виробниками;
- поява нових видів ризиків у підприємницькій діяльності, які мають не лише економічну, а й соціальну та політичну природу;
- періодичні коливання фінансових ринків, що змінюють швидкість і напрями руху капіталу.

В таких мінливих умовах особливо актуальним є забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів, підтвердженням якого є збільшення ринкової вартості підприємства, що стає можливим завдяки формуванню його конкурентоспроможної моделі бізнесу [1].

Уміння управляти вартістю підприємства дозволяє приймати більш успішні управлінські рішення, найбільш ефективно перерозподіляти грошові потоки. Оцінка та управління вартістю є одними з найважливіших інструментів ефективного ведення бізнесу і є незамінними при прийнятті будь-яких рішень. Завдання управління вартістю, як базового методу забезпечення стратегічної конкурентоспроможності бізнесу, можна звести до наступного:

- базовою метою управління діяльністю підприємства на всіх рівнях його функціонування є підвищення вартості в інтересах власників та інших зацікавлених осіб;
- ключовим джерелом вартості є грошовий потік підприємства, який може генерувати сьогодні і зможе генерувати в майбутньому;
- приріст вартості підприємства і кожного окремо взятого підрозділу є найважливішим критерієм ефективності керівництва на всіх рівнях [4].

При цьому слід мати на увазі наявність відомих конфліктів інтересів між основними учасниками процесу функціонування підприємства - власниками, менеджерами, персоналом, податковими органами та споживачами. Тому при управлінні вартістю необхідно виходити з встановлених принципів оцінки:

1. Орієнтованість на результат. Проведення оцінки вартості повинна переслідувати конкретну мету, а результати даного дослідження повинні носити практичний характер

2. Збалансованість інтересів усіх учасників на підприємстві. При проведенні оцінки вартості важливо брати до уваги той факт, що власники, інвестори, конкуренти мають власні інтереси у функціонуванні підприємства, а відповідно і в оцінці його вартості.

3. Комплексність оцінки. Однією з основних проблем оцінки вартості бізнесу є різноманіття методів оцінки. Недоліком традиційних підходів до оцінки вартості бізнесу є те, що при використанні кожного з них можна оцінити лише один аспект функціонування підприємства - або величину грошового потоку, або величину чистих активів, або величину ринкових мультиплікаторів. Тому комплексна оцінка вартості бізнесу повинна включати в себе елементи декількох методів і моделей, забезпечуючи тим самим адаптацію процесу оцінки вартості до існуючих умов функціонування підприємств

4. Орієнтація на ефективність. Застосування основних принципів управління бізнесом передбачає рішення задач у багатьох сферах діяльності підприємства [2].

Для збереження конкурентоспроможності підприємства його керівництво повинно прагнути до того, щоб усі процеси, які відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, були ефективними з погляду створення споживчої цінності. Тобто реалізація усіх процесів підприємства має забезпечувати створення товарів (продукції, послуг), які б приваблювали покупців, та мали для них споживчу цінність.

За для забезпечення конкурентоспроможності та високої ефективності процесів на підприємстві, створюються відповідні бізнес-моделі. Вони можуть стосуватися певного продукту або послуги(групи продуктів/послуг), підприємства в цілому або групи підприємств/холдингу. Кожна бізнес-модель повинна давати характеристику основоположних аспектів бізнесу будь-якого підприємства. Наприклад, виробнича модель направлена на виробництво максимальної кількості продукції., ринкова - має на меті ефективне пристосування підприємства до потреб конкретного ринку, маркетингова - направляє вектор основних зусиль на формування діяльності суб'єкта господарюванні відповідно до вимог ринку та споживачів тощо [3].

Отже, в сучасному висококонкурентному середовищі здатність підприємств до тривалого функціонування залежить саме від того, наскільки продуманими є проведення комплексної оцінки діяльності підприємства для ефективного управління бізнесом. Однак висока мінливість споживчих потреб вимагає від підприємств постійного вдосконалення ведення бізнесу для утримання лояльності споживачів. Необхідним є забезпечення ефективного управління підприємством. Це може відбуватися як у розрізі здійснюваних бізнес процесів, так і у способах взаємодії з партнерами. Визначена система управління повинна мати найбільшу споживчу цінність, відповідати стратегічним цілям діяльності підприємства, бути нерозривно пов'язаною з оцінкою бізнесу і окремих його

елементів, та перебувати під постійним контролем менеджменту для забезпечення її бездоганного виконання.

Список літератури:

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор -Видавництво, 2016. 378 с.
2. Добрава Н. В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с
3. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю.Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. Х.: ХНАДУ, 2018. 292 с.
4. Сардак С.Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2009. С. 154—159.