

ВАРТІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНДИКАТОР ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Ладиненко О. А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасних умовах, коли зовнішнє середовище зазнає постійних трансформацій, таких як, економічні і фінансові кризи, нестабільність макросередовища, зростає потреба у використанні вартості бізнесу не лише як фінансового показника, а як інтегральної оцінки життєздатності та конкурентоспроможності компанії [1].

Поняття вартості бізнесу включає комплексну оцінку фінансової, операційної, інвестиційної та ринкової ефективності підприємства. Вона відображає не лише фактичний стан активів, а й майбутній потенціал створення доходів та доданої вартості. У кризовий період саме показник вартості дозволяє переосмислити бізнес-модель, скоригувати фінансову стратегію та оптимізувати управлінські підходи [2].

Фінансова стратегія підприємства відіграє визначальну роль у формуванні й підтримці вартості. Ефективне управління джерелами фінансування, оптимізація структури капіталу, управління ризиками та стратегічне бюджетування – все це сприяє збереженню капіталізації навіть в умовах економічного спаду. Крім того, вартість бізнесу є важливим фактором залучення інвесторів, формування довіри серед акціонерів і кредиторів, а також зміцнення ринкових позицій підприємства.

Сучасні умови вимагають врахування нематеріальних чинників – таких як корпоративна культура, бренд, ESG-індекси (екологічні, соціальні, управлінські аспекти), що також впливають на сприйняття вартості. Поведінкові аспекти інвесторів у нестабільних умовах можуть значно змінювати оцінки ризиків та очікувань від компанії, що відображається на її ринковій вартості.

Таким чином, вартість бізнесу є не лише результатом поточної ефективності, а й ключовим орієнтиром стратегічного розвитку підприємства. Для її збереження та зростання в умовах нестабільності необхідно забезпечити комплексне фінансове управління, антикризову адаптацію та прозору систему моніторингу з використанням цифрових технологій і аналітики. Саме такий підхід дозволяє перетворити вартість на інструмент підвищення стійкості та довгострокової конкурентоспроможності компанії.

Література:

1. Новіков В.М. Теоретико-методичні засади управління вартістю бізнесу в умовах ринкової турбулентності : дис. ... д-ра філософії : 076. Суми, 2024. 246 с.
2. Ліпич, Л. Концепція управління цінностями (MBV). *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. №4(24). С. 30-36. DOI:<https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-30-36>.