

Г.А. Пазиров*, Б.І. Оспан, Е.Ғ. Канбатыров
PhD, аға оқытушы, М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан
магистр, аға оқытушы, М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан
магистрант, М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан
***Корреспондент авторы:** pgalimjan@mail.ru

БИЗНЕС ҚҰНЫН БАҒАЛАУ ЖӘНЕ ОНЫ АРТТЫРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Түйін

Бұл мақалада бизнес құнын бағалау және оны арттырудың теориялық аспектілері қарастырылған. Бизнес құны – компанияның нарықтық орны мен экономикалық тұрақтылығының негізгі көрсеткіштерінің бірі. Құнды бағалау әдістеріне шығын, табыс және салыстырмалы тәсілдер жатады, олардың әрқайсысы белгілі бір жағдайларда тиімді қолданылады. Сонымен қатар, мақалада бизнес құнын арттырудың негізгі бағыттары талданады. Олардың ішінде инновациялар мен технологияларды енгізу, клиентке бағытталған стратегиялар, маркетинг пен брендтің дамуы, тиімді басқару және корпоративтік мәдениет, экологиялық және әлеуметтік жауапкершілік, қаржылық тұрақтылық және инвестициялық тартымдылық, халықаралық нарыққа шығу ерекше атап өтіледі. Бұл стратегиялар бизнестің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, олардың нарықта тұрақты дамуын қамтамасыз етуге көмектеседі. Зерттеуде синтездеу, талдау, салыстыру, ғылыми зерттеулер нәтижелерін жалпылау әдістері қолданылды. Бұл зерттеу бизнес субъектілеріне өз активтерінің құнын бағалауда және оны арттыруда тиімді шешімдер қабылдауға теориялық негіз бола алады.

Кілттік сөздер: бағалау, бизнес құны, бизнесті бағалау, инвестиция, инновация, технология, корпоративтік мәдениет.

Кіріспе

Бизнесті бағалау - бұл әртүрлі жағдайларда нарықтық экономикада жиі жүзеге асырылатын қызмет. Бизнесті бағалау – бұл кәсіпорынның (бизнестің) нарықтық құнын, табыстылығын және қаржылық тұрақтылығын анықтау процесі. Бұл процедура бизнес иелері, инвесторлар, кредиторлар және басқа да мүдделі тараптар үшін маңызды болып табылады. Бизнесті бағалау – компанияның қаржылық жағдайын объективті түрде өлшеуге және басқарушылық шешімдер қабылдауға көмектесетін маңызды процесс. Ол компанияның өсуіне, инвестиция тартуына және тиімді басқарылуына ықпал етеді.

Бүгінгі таңда бизнес құнын арттыру – кез келген кәсіпкер үшін маңызды мақсаттардың бірі. Бұл, әсіресе, бәсекелестік күшейген, технологиялық өзгерістер тез орын алып жатқан және тұтынушылардың талғамы үнемі өзгеріп отыратын заманда өзекті. Бизнес құнын арттыру бұл компанияның ұзақ мерзімді табысты және тұрақты дамуының басты шарты. Ол үшін стратегияны дұрыс таңдап, нарықтық трендтерге бейімделу қажет.

Материалдар мен әдістер

Бизнес құнын бағалау және оны арттырудың теориялық аспектілері отандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектеріне, ғылыми әзірлемелеріне және ғылыми ұсыныстарына негізделген. Зерттеу барысында Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің бұйрықтары, түсініктер, әдістемелік және анықтамалық материалдар, бизнес құнын бағалауға арналған мерзімді басылымдардың мақалалары, зерттеушілер тобының жеке зерттеулері қолданылды. Бизнесті бағалау бұл кәсіпорынның нарықтық құнын, табыстылығын және қаржылық тұрақтылығын анықтау процесі. Бұл процедура бизнес иелері, инвесторлар, кредиторлар және басқа да мүдделі тараптар үшін маңызды болып табылады. Зерттеуде синтездеу, талдау, салыстыру, ғылыми зерттеулер нәтижелерін жалпылау әдістері қолданылды.

Нәтижелер мен талқылау

Бүгінгі таңда бизнесті бағалауды екі түрлі мағынада қарастыруға болады. Біріншіден, бизнесті бағалауды фирманың заңды тұлға ретіндегі бағалауы ретінде дәстүрлі түсінуге байланысты. Бұл тәсілмен фирмалардың бизнесін бағалауды осы фирмалардың нақты мүлкін бағалаумен шектеледі. Екінші және әлемдегі ең кең таралған - бизнесті бағалауды түсіну - бұл белгілі бір кірістерді табатын фирмалардың емес, меншік құқығының, технологияның, бәсекелестік артықшылықтар мен активтердің, материалдық және материалдық емес, осы кірістерді табуға мүмкіндік беретінін анықтау. Сонымен қатар, бұл құқықтар, технологиялар мен активтер заңды тұлғаларға емес, жеке тұлғаларға тиесілі болуы мүмкін. Бұл нарықтағы сатып алу-сату объектілері ретінде мұндай тартымдылық құқығын алып тастамайды. Сондықтан оларды бағалау мәселесі өзекті болып қала береді [1].

Экономиканың одан әрі дамуына қарай нарықтардағы бәсекелестік артып, бизнес иелерінің алдында одан әрі өсу перспективалары туралы мәселе туындайды. Мұндай жағдайларда өз қызметінің нәтижелерін талдау және оның тиімділігін бағалау қажет. Сондықтан ұйымның тиімділік көрсеткішін және оған әсер ететін факторларды таңдау бүгінде компаниялардың иелері мен басшыларының алдында тұрған ең өзекті міндеттердің бірі болып табылады. Кәсіпорын құнын бағалау тұжырымдамасы бүгінде басқару жүйелерінің тиімділігін талдаудың кең таралған тәсілдерінің біріне айналууда. Сонымен қатар, көптеген зерттеушілер мен тәжірибешілер бизнестің құны және оны өзгерту компанияның нарықтық ортадағы тиімділігінің әмбебап критерийі деп санайды [2].

Бизнесті бағалау келесі мақсаттарда жүзеге асырылады:

- кәсіпорынды ағымдағы басқарудың тиімділігін арттыру;
 - қор нарығында кәсіпорындардың акцияларын сатып алу-сату жағдайында бағалы қағаздардың құнын айқындау;
 - кәсіпорын толық немесе ішінара сатып алынған жағдайда оның құнын анықтау;
 - кәсіпорынды қайта құрылымдау (холдинг құрамынан дербес кәсіпорындарды тарату, біріктіру, сіңіру немесе бөлу);
 - кәсіпорынды дамытудың стратегиялық жоспарын әзірлеу. Компанияның болашақ дамуын болжау және стратегиялық шешімдер қабылдау үшін бағалау жүргізіледі;
 - кәсіпорынның несиелік қабілеттілігін және несиелеу кезінде кепіл құнын анықтау.
- Банктер мен қаржы ұйымдары бизнестің құнын есептей отырып, несие беру немесе бермеу туралы шешім қабылдайды;
- сақтандыру, оның барысында шығындарды болжаған кезде мүліктің құнын анықтау қажеттілігі туындайды;
 - салық салу;
 - негізделген басқару шешімдерін қабылдау. Инфляция кәсіпорынның қаржылық есебін бұрмалайды, сондықтан кәсіпорынның мүлкін мерзімді қайта бағалау қажет;
 - бизнесті дамытудың инвестициялық жобасын жүзеге асыру. Инвесторларға бизнестің құнын білу маңызды, өйткені олар инвестиция салғанда қандай пайда алатынын есептейді.

Бағалау практикасында бизнес құнының әртүрлі түрлері қолданылады. «Бағалау стандарттарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің 2018 жылғы 5 мамырдағы № 519 бұйрығының 3-қосымшасында құнның келесідей түрлері қарастырылған:

- нарықтық;
- әділ;
- инвестициялық;
- тарату;
- кәдеге жарату;
- өзге де түрлері [3].

Нарықтық құн-бұл тәуелсіз тараптардың толық хабардар болуы жағдайында бағалау объектісін иеліктен шығаруға болатын ең ықтимал және жеткілікті ақша сомасы, бұл ретте тараптардың әрқайсысы құзыретті, есепті және мәжбүрлеусіз әрекет етті деп есептеледі.

Сонымен қатар нарықтық құн жылжымайтын мүлік нарығының жекелеген қатысушыларының қалауына тәуелсіз объективті болып табылады және осы нарықта қалыптасқан нақты экономикалық жағдайларды көрсетеді.

Нарықтық құнға әсер ететін факторлар:

- сұраныс пен ұсыныс – егер белгілі бір активке сұраныс жоғары болса, оның нарықтық құны өседі;

- экономикалық жағдай – инфляция, жұмыссыздық деңгейі және экономикалық тұрақтылық нарықтық құнға әсер етеді;

- құқықтық және салықтық реттеу – заңдар мен салық жүйесіндегі өзгерістер де бағаның өзгеруіне ықпал етеді;

- бәсекелестік – нарықтағы ұқсас тауарлар мен қызметтердің болуы құнға тікелей әсер етеді;

- физикалық және моральдық тозу – жылжымайтын мүлік, жабдықтар және басқа активтердің тозуы олардың нарықтық құнын төмендетуі мүмкін.

Әділ құн – бұл активті сату немесе міндеттемені өтеу кезінде жақсы ақпараттандырылған, бір-біріне тәуелсіз екі тарап арасында келісілген баға.

Әділ құн – бұл актив пен міндеттеменің шынайы, объективті бағасы. Ол әділ нарық жағдайында, екі тараптың да толық ақпаратқа ие болуын ескере отырып анықталады. Бизнесі, қаржылық құралдарды немесе активтерді бағалау кезінде әділ құнды дұрыс есептеу маңызды, өйткені ол қаржылық есептілік пен инвестициялық шешімдерге әсер етеді.

Инвестициялық құн – белгілі бір инвестор үшін активтің немесе бизнестің құны. Ол нарықтық құннан ерекшеленеді, өйткені ол тек жалпы нарықтық жағдайларға ғана емес, инвестордың жеке мақсаттары мен стратегияларына да байланысты болады.

Инвестициялық құнның негізгі ерекшеліктері:

- жеке инвесторға бейімделген – әр инвестордың мүддесі, қаржылық мүмкіндіктері мен тәуекел қабылдау деңгейі әртүрлі, сондықтан инвестициялық құн да әртүрлі болуы мүмкін;

- нарықтық құннан өзгеше болуы мүмкін – инвестор үшін белгілі бір активтің немесе бизнестің құны нарықтық бағадан жоғары немесе төмен болуы мүмкін;

- стратегиялық маңызға ие – белгілі бір компания немесе актив стратегиялық мақсатта сатып алынуы мүмкін (мысалы, бәсекелестікті төмендету, нарық үлесін ұлғайту).

Тарату құны – нарықтық жағдайға қарағанда қысқарақ әсер ету кезеңінде объектіні иеліктен шығарудың ең жақын бағасын көрсететін құн. Яғни, құнға меншік иесін иеліктен шығару мәмілесін жасауға мәжбүрлейтін төтенше жағдайлар әсер етеді. Көп жағдайда бұл жағдай нарықтық шарттарда мәміле жасауға мүмкіндік бермейді. Тарату құны – бұл кәсіпорынның немесе оның активтерінің қысқа мерзім ішінде сатылған кездегі құны. Бұл жағдай көбінесе компания қаржылық қиындықтарға тап болғанда, банкроттыққа ұшырағанда немесе қызметін тоқтатқанда орын алады.

Тарату құнының негізгі ерекшеліктері:

- міндетті түрде сату – активтер қысқа мерзім ішінде сатылатындықтан, олардың бағасы төмен болуы мүмкін;

- нарықтық құннан төмен – себебі активтерді шұғыл түрде сатуға тура келеді, ал сатып алушылардың таңдауы шектеулі болады;

- ақша ағынын жылдам алу – компания немесе инвестор активтерді тез сатуды мақсат етеді.

Кәдеге жарату құны – экономикалық өмір сүру мерзімінің соңында, яғни мүлікті пайдалану қауіпті немесе мүмкін емес болған кезде активке түскен ақшалай есеп айырысу сомасы. Кәдеге жарату құны – бұл активтің қызмет ету мерзімі аяқталғаннан кейін оны сату немесе қайта өңдеу арқылы алынатын болжамды құны. Бұл термин көбінесе бухгалтерлік есепте, активтердің амортизациясын есептеу және инвестициялық шешімдер қабылдау кезінде қолданылады.

Кәдеге жарату құнының негізгі сипаттамалары:

- активтің қызмет ету мерзімі аяқталғаннан кейінгі құны – әдетте, актив толық пайдаланылғаннан кейін сатылғанда немесе қайта өңделгенде қанша ақша әкелетінін көрсетеді;

- амортизацияны есептеуде қолданылады – кәсіпорындар активтердің тозуын есептегенде, олардың соңғы қалдық құнын ескереді;

- қайта өңдеу мүмкіндігі – кейбір активтер бөлшектерге бөлініп, қайта сатылуы немесе басқа мақсатта қолданылуы мүмкін.

Өзге де құн түрлері қолданыстағы заңнамаға және халықаралық бағалау стандарттарына сәйкес белгіленеді. Мұнда бағалаудың таңдап алынған түрін не себепті таңдалғаны, қолдануда ескерілетін жайттардың бәрі толық ашып көрсетілуі тиіс.

Кәсіпорындарды бағалау үшін әртүрлі тәсілдер қолданылады, олардың негізгілерін 1-кестеде қарастырамыз.

Кесте 1 - Кәсіпорындарды бағалау тәсілдері

Бағалау тәсілі	Сипаттама
Шығын тәсілі	Бағалау амортизацияны ескере отырып, қалпына келтіру құны бойынша жүргізіледі. Тәсілдің қағидаттары пайдалылық және алмастыру болып табылады. Бұл тәсілдегі бағалау әдістері бағаланатын объектіні қалпына келтіру шығындарын оның тозуын ескере отырып есептеуді көздейтін тікелей қалпына келтіру, сондай-ақ құрылыс құнын есептеуден тұратын ауыстыру әдісі болып табылады.
Табыс тәсілі	Мұндағы талдаудың мақсаты кәсіпорынның табыс алу мүмкіндігі болып табылады. Тікелей капиталдандыру әдісі есептеуді жеңілдету және жылдамдату үшін қолданылады. Жанама капиталдандыру әдісі болжамды кезеңдегі айнымалы мәндерді ескереді.
Салыстырмалы тәсіл	Кәсіпорын капиталының нарықтық құнын салыстырмалы компаниялармен тікелей салыстыру арқылы бағалауды қамтиды
Ескертпе - [4, 5] негізінде авторлармен құрастырылды	

1-кестеге сәйкес әрбір тәсіл экономикалық қызметтің белгілі бір көрсеткіштерін есептеуді талап етеді. Осылайша, шығын тәсіліне таза активтердің құнын бағалау, жаңа бизнесті бағалау, жою құнын анықтау, кәсіпорын ішіндегі құнды бағалау, табыс әкелмейтін кәсіпорындарды бағалау кіреді. Табыс тәсілі кәсіпорынның болашақ мүмкіндіктеріне шынайы баға беру және кәсіпорын мүлкін бірлесіп пайдаланудың орындылығын талдау қажет болғанда қолданылады. Ол өзінің әмбебаптығымен ерекшеленеді. Ең қарапайым тәсіл салыстырмалы болып табылады, өйткені ол қысқа мерзімде нәтиже алуға мүмкіндік береді, бірақ деректер тым жалпыланған болады.

Кәсіпорынның құнын бағалауда шығындар тәсілін қолдану келесі жағдайларда ең ұтымды болып табылады:

- кәсіпорынның елеулі материалдық құндылықтары бар болғанда;

- өндіріс материалды және капиталды көп қажет ететін жағдайда;

- кәсіпорын қалыптасу (пайда болу) сатысында, ал пайда туралы ретроспективті деректер жоқ болған жағдайда;

- болашақ пайданың немесе ақша ағындарының сомасына негізделген болжам жасауда қиындықтар туындаған жағдайда;

- ұқсас кәсіпорындардың қызметі туралы ақпарат жоқ (немесе қол жеткізу қиын) болған жағдайда;

- кәсіпорын таратылу сатысында болған жағдайда.

Табыс тәсілі кәсіпорындардың басым көпшілігінің құнын бағалау үшін ең қолайлы болып саналады. Алайда, бұл тәсіл шығын және салыстырмалы тәсілдерді қолдану ұтымды

емес немесе мүлдем мүмкін емес (тиісті нарықтық ақпараттың болмауына байланысты) жағдайларда компаниялардың құнын бағалау кезінде үлкен маңызға ие [5].

Бизнес құнын бағалау кезінде салыстырмалы тәсілін қолдану ең тиімді болып табылады:

- нарықта көптеген ұқсас кәсіпорындар бар, олардың ауқымы, өндірісті әртараптандыру дәрежесі, өмірлік цикл кезеңі, даму стратегиясы бойынша салыстыруға болады, сонымен қатар бірдей өнім шығарады және бағаланатын объектіге географиялық жақын;

- нарық белсенді (көптеген мәмілелер жасалады) және осы мәмілелер туралы сапалы толық ақпараттар қол жетімді.

Бүгінгі таңда бизнес құнын анықтап, оның құндылығын арттыру әрбір бизнес иесінің негізгі мақсаты болып табылады. Әсіресе бұл қазіргі жедел жаһандану мен жоғары бәсекелестік жағдайында өзекті мәселеге айналып отыр.

Бизнес құндылығы – компанияның немесе кәсіпкерлік қызметтің қоғамға, клиенттерге, серіктестерге және қызметкерлерге ұсынатын артықшылығы мен маңыздылығы. Бұл құндылық тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға, нарықта бәсекелестік артықшылықтарға ие болуға және тұрақты даму мен табысқа жетуге бағытталған.

Бизнес құндылығының маңыздылығы:

- нарықта тұрақты орынды қамтамасыз етеді;
- клиенттердің сенімін арттырады;
- бәсекелестік артықшылық береді;
- ұзақ мерзімді табысқа жетуге ықпал етеді.

Бизнес құндылығы – тек қаржылық пайда емес, сонымен қатар қоғамға және нарыққа беретін оң әсері мен маңызы. Бизнес құндылығын арттыру – бұл компанияның нарықтағы орнын нығайтып, ұзақ мерзімді табыстылық пен тұрақтылықты қамтамасыз етудің маңызды факторы. Бүгінгі таңда бизнес құндылығын арттырудың бірнеше негізгі бағыттарын 1-суретте қарастырамыз.



Ескертпе – [6, 7] негізінде авторлармен құрасырылды
Сурет 1 – Бизнес құндылығын арттырудың негізгі бағыттары

1-сурет бойынша бизнес құндылығын арттырудың негізгі бағыттарына сипаттама беріп өтейік:

Біріншіден, кәсіпорын қызметіне инновациялар мен технологияларды енгізу. Мұнда жаңа немесе жетілдірілген өнімдер мен қызметтерді әзірлеу, цифрлық трансформация, өндірістік және басқару процестерін автоматтандыруға ерекше мән беріледі.

Екіншіден, кәсіпорын қызметінде клиентке бағытталған стратегияларды іске асыру. Бұл стратегияларда клиенттердің қажеттіліктерін зерттеу және оларды қанағаттандыру, жеке қызмет көрсету мен тұтынушылармен ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнату, брендтің сенімділігін арттыруға ерекше мән беріледі.

Үшіншіден, кәсіпорынды тиімді басқару және корпоративтік мәдениет. Кәсіпорын қызметкерлерінің біліктілігін талапқа сай жоғарылатып отыру және мотивациялау, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті арттыру және ішкі процестерді оңтайландыру.

Төртіншіден, халықаралық нарыққа шығу. Экспорт пен сыртқы нарықтарда брендті дамыту, халықаралық серіктестіктер мен альянстар құру, жергілікті заңнамалар мен бизнес ортаны ескере отырып, нарыққа бейімделіп отыру қажет.

Бесіншіден, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын және инвестициялық тартымдылығын арттыру. Мұнда капиталды тиімді басқару, инвесторлар мен серіктестер үшін тартымды бизнес-модель қалыптастыру және бизнестің тәуекелдерін басқаруға ерекше мән берілуі тиіс.

Алтыншыдан, кәсіпорын экологиялық және әлеуметтік жауапкершілікке мән беру қажет. Мұнда тұрақты даму қағидаттарын енгізу, барынша «Жасыл» технологияларды қолдану, әлеуметтік жобаларға инвестиция салу.

Жетіншіден, маркетинг пен брендтің дамуы. Кәсіпорын сандық маркетинг пен әлеуметтік медианы белсенді қолдану тиіс, сонымен қатар бренд құндылығын арттыру және клиенттердің адалдығын сақтау стратегияларын іске асыруы тиіс.

Бұл стратегиялар бизнестің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, олардың нарықта тұрақты дамуын қамтамасыз етуге көмектеседі.

Қорытынды

Қорыта айтқанда бизнестің құнын бағалау үдерісі бұл ұзақ мерзімді перспективаға бағытталған және кез-келген компания үшін стратегиялық маңызды болып табылады. Ол кәсіпорынның әлеуетті мүмкіндіктері туралы шынайы мәлімет береді, оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және қаржылық тұрақтылықты нығайтуға мүмкіндік береді, бұл сайып келгенде шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржы-шаруашылық қызметінің тиімділігінің өсуіне әкеледі.

Бизнес құнын бағалау және оны арттыру қазіргі экономикалық жағдайда маңызды тақырыптардың бірі болып табылады. Дұрыс бағалау әдістерін таңдау мен тиімді стратегияларды енгізу компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттырып, оның нарықтағы орны мен қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Жигалова В. Н. Оценка стоимости бизнеса: учебное пособие / В. Н. Жигалова. — 2-е изд., доп. — Томск: Эль Контент, 2015. — 216 с.
2. Орлов А.В. Цели, принципы, нормативная база и этапы оценки стоимости предприятия. Вестник магистратуры. 2022. № 3-1 (126). С.13-16.
3. «Бағалау стандарттарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің 2018 жылғы 5 мамырдағы № 519 бұйрығы. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1800016971> (қарау күні: 16.03.2025 ж.)
4. Чеботарев Н. Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Чеботарев Н. Ф., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с.

5. Галкина Л.А., Антоненко Е.В. Оценка стоимости бизнеса: теоретические основы и практическое применение: учебное пособие для практических занятий. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 44 с.
6. Жукова П.А., Ломов Е.Е. Стоимость бизнеса как фактор управления компанией (концепция VBM). Инновационная экономика и общество № 4 (30), 2020. С. 31-36.
7. Гаврилова Э.Н., Алимсултанова М.А. Обзор инструментов повышения стоимости бизнеса: российский и зарубежный опыт. Актуальные вопросы современной экономики. 2021. №8. С. 28-33.

Аннотация

В этой статье рассматриваются теоретические аспекты оценки стоимости бизнеса и ее повышения. Стоимость бизнеса – один из основных показателей рыночной позиции и экономической стабильности компании. Методы оценки стоимости включают методы затрат, доходов и сравнение, каждый из которых эффективно используется в определенных ситуациях. Кроме того, в статье анализируются основные направления повышения стоимости бизнеса. Среди них выделяются внедрение инноваций и технологий, клиентоориентированные стратегии, развитие маркетинга и бренда, эффективное управление и корпоративная культура, экологическая и социальная ответственность, финансовая устойчивость и инвестиционная привлекательность, выход на международный рынок. Эти стратегии помогают повысить конкурентоспособность предприятий и обеспечить их устойчивое развитие на рынке. В исследовании использовались методы синтеза, анализа, сравнения, обобщения результатов научных исследований. Это исследование может служить теоретической основой для бизнес-субъектов для принятия эффективных решений по оценке стоимости своих активов и ее увеличению.

Abstract

This article discusses the theoretical aspects of assessing the value of a business and increasing it. Business value is one of the main indicators of a company's market position and economic stability. Cost estimation methods include cost, income, and comparison methods, each of which is effectively used in certain situations. In addition, the article analyzes the main directions of increasing business value. Among them are the introduction of innovations and technologies, customer-oriented strategies, marketing and brand development, effective management and corporate culture, environmental and social responsibility, financial stability and investment attractiveness, and entry into the international market. These strategies help to increase the competitiveness of enterprises and ensure their sustainable development in the market. The research used methods of synthesis, analysis, comparison, and generalization of scientific research results. This research can serve as a theoretical basis for business entities to make effective decisions on estimating the value of their assets and increasing it.

Қатынасхаттар үшін жауапты автор туралы ақпарат

Пазиллов Галимжан Абдирасулович – PhD аға оқытушы

e-mail: pgalimjan@mail.ru

телефон: 8-707-773-60-96