



## Бизнес оценяване: информационна и аналитична база

Людмила МИХАЙЛОВА<sup>1</sup>; Емил ПАПАЗОВ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ORCID iD 0000-0001-8566-1761, Русенски университет „Ангел Кънчев“, Русе, България,  
e-mail: [lmihaylova777@gmail.com](mailto:lmihaylova777@gmail.com)

<sup>2</sup> ORCID iD 0000-0002-7940-0474, Университет за национално и световно стопанство, София, България,  
e-mail: [epapazov@gmail.com](mailto:epapazov@gmail.com)

DOI: 10.56065/CERP2024.1.1.53

### Резюме:

JEL: M21

Бизнес оценяването като теория и практика се схваща като процес, свързан с анализиране на всички области на бизнеса, който води до определяне на неговата стойност или стойността на негови обособени части. Бизнес оценката изисква задълбочено проучване за състоянието на предприятието, в т.ч. техническо, технологично и икономическо, въз основа на подробни данни и информация, събрани от надеждни източници.

Целта на настоящата статия е да се представят по-малко изследвани аспекти на теорията и практиката на бизнес оценяването. В тази връзка възниква необходимостта от анализиране на някои съвременни аспекти на бизнес оценяването и неговата информационна база. Отразени са аналитични направления, прилагани при бизнес оценяването. Представени са и насоки за анализ, свързан с изготвяната оценка, както и някои възможни за приложение на модели и техники, използвани в стратегическото управление на предприятията.

В настоящата публикация е използвано проучване и анализ на информационни източници и практически примери от България. Това проучване е насочено към теоретични въпроси, свързани с практиката и има приложен характер.

### Ключови думи:

Бизнес; оценяване; бизнес оценяване.

### Цитиране:

Михайлова, Л., Папазов, Е. (2024). Бизнес оценяване: информационна и аналитична база. *Строително предприемачество и недвижима собственост = Construction Entrepreneurship and Real Property*, 1 (1), 53-64. <https://doi.org/10.56065/CERP2024.1.1.53>

Copyright © 2024  
от автора/  
авторите и  
Икономически  
университет –  
Варна

## Въведение

Съвременните икономически условия изправят предприятията пред редица предизвикателства, които налагат предприемане на правилни и навременни стратегически ходове. Наблюдават се обаче моменти, в които ръководствата не могат да се справят сами с възникналата ситуация, нямат достатъчно специфични познания за вземане на адекватни решения, не познават в достатъчна степен аналитичния инструментариум и т.н. Такива ситуации често могат да се наблюдават във връзка с необходимостта от оценка на бизнеса. В този случай обикновено се прибегва към подкрепа от страна на компетентни оценители.

Бизнес оценяването се схваща като процес на определяне на икономическата стойност на бизнеса. Процесът на оценка е свързан с анализиране на всички области на бизнеса с цел определяне на неговата стойност и/или стойността на негови обособени части (Hayes, 2023). Бизнес оценката изисква задълбочени проучвания за състоянието, било то техническо, технологично, икономическо или друго, базирани на изчерпателни данни, събрани от надеждни източници на информация. Разбира се, в ползрението на проучването попадат и различни законови ограничения или предимства, свързани с нормалното функциониране на предприятието. Законодателството, което може да окаже съществено влияние върху стойността на активите, може да бъде свързано например със социалната област, безопасните и ергономични условия на труд, опазването на околната среда, техническите стандарти, търговско и финансово законодателство и други. Срещат се и становища, че инвестициите в информационни технологии оказва влияние върху бизнес оценката в дългосрочен план. Логиката е свързана с това, че пазарът има нарастващо доверие към бизнес организации, инвестиращи в информационните технологии, с което се разкрива потенциал за растеж (Shea, Dow, Chong & Ngai, 2019).

В процеса на оказване на квалифицирана помощ бизнес оценителите определят целите и задачите на оценката, преценяват алтернативите, търсят начини за събиране на надеждна информация и нейното анализиране и планират нужните за това ресурси. Естествено е тези аспекти на оценката да се съгласуват с ръководството на предприятието-клиент за да се избере най-добрата алтернатива за оценка.

Подобни наблюдения на оценителската теория и практики обуславят целта на настоящата статия: да се представят по-малко изследвани аспекти на теорията и практиката на бизнес оценяването. В тази връзка, по-важните моменти са свързани с набелязване на най-често срещаните информационни източници и факторите, оказващи влияние върху бизнес оценяването. Представени са и насоки за анализ, свързан с изготвяната оценка, както и някои възможни за приложение на модели и техники. Въпреки многобройните публикации по темата за бизнес оценяването, могат да се направят някои допълнителни обобщения, за да се очертаят по-добре акцентите на анализа на тази дейност от теоретична и практическа гледна точка.

## Съвременни аспекти на бизнес оценяването и неговата информационна база

В условията на пазарна икономика бизнес оценяването придобива все по-значителна роля за теорията и практиката на управлението. Бизнес оценяването се счита за една от най-важните дейности, свързани с функционирането на пазарите, било то фондови, капиталови, имуществени и други. Потребността от бизнес оценка намира най-силно проявление при покупко-продажбата на предприятия и на обособени техни части, имащи характер на стратегически бизнес единици. Съществуват и проучвания, които обвързват бизнес оценяването със стратегията на организацията (Shea, Dow, Chong & Ngai, 2019).

При бизнес оценката на предприятието един от важните компоненти са активите. Активите, както е известно са ресурси, контролирани от предприятието в резултат на минало събитие, от чието използване се очаква да се получи икономическа изгода и които могат да се оценят. Последната част от тълкуването е залегнала във философията на бизнес оценяването в днешни условия.

Бизнес оценяването в съвременния смисъл е обвързано и с разбирането за вътрешен контрол – и по-конкретно, че контрол може да има само върху ресурси, с които предприятието може веднага и напълно да се разпорежда. В тази връзка при разпореждането с дадения ресурс или група от ресурси се налага бизнес оценка. Най-често тя е свързана с покупко-продажба, но и не само с нея.

Освен при покупко-продажбата, бизнес оценяването намира приложение и при други бизнес дейности. В практиката тези дейности най-често са свързани със следното:

- определяне застрахователната стойност на активите на предприятието;
- разделяне на имущество на предприятието;
- сливане на предприятия;
- разделяне на две или повече предприятия;
- оценка на акции и/или акционерни вноски на съдружници;
- ликвидация на предприятието и други.

По същество, бизнес оценяването се разбира като действие или процес на определяне стойността на инвестиционни обекти, в които се инвестира определена сума капитал с цел получаване на бъдещи доходи или ползи. В този смисъл, бизнес оценката е неразделна част от инвестиционния процес. Ето защо е необходимо тя да бъде изготвена на базата на достатъчна и надеждна информация, за да може да изпълнява определените цели.

Въпросите за информационната осигуреност на бизнес оценката будят интерес както от теоретична, така и от практическа гледна точка. За практиката интерес представлява информацията, на базата на която се прави бизнес оценката. Информацията е от първостепенна важност за оценяване на предприятията, на обособените части от тях и на отделните техни активи. При пазарната оценка се използват различни групи източници на информация, които могат да се класифицират по различни признаци и да имат различно

значение за практиката. Най-общо в зависимост от това дали информацията се събира от предприятието или извън него, източниците на информация се подразделят на външни и вътрешни. Всеки източник обаче има значение при оценката, а при различните предприятия съотношението на използваните вътрешни и външни източници на информация е различно. Различна е и степента на значимост на отделните информационни източници.

Външните за предприятието източници могат да бъдат разнообразни, но най-често срещаните от тях могат се обобщят така:

- резултати от маркетингови проучвания и анализи;
- статистически публикации и годишници;
- изследвания и анализи на правителствени и неправителствени организации;
- други екстраполирани тенденции и закономерности, които могат да се пренесат за бъдещ период;
- експертни оценки, изготвени за отрасъла или за подотрасъла и специализирани издания;
- резултати от научноизследователски разработки и др.

Вътрешните за предприятието източници на информация, необходима за бизнес оценяването също са разнообразни и могат да обхващат:

- счетоводен баланс на предприятието;
- отчет за приходите и разходите на предприятието;
- други документи в предприятието като например: инвентарна книга, складови разписки, фактури, протоколи за бракуване и други; документирана счетоводна политика. В допълнение на избраната счетоводна политика, във финансовите отчети се оповестява и базата за оценяване (избраният метод за записване на стойността на дълготрайните материални и нематериални активи във финансовите отчети). Важно е дали активите се отчитат по историческата стойност, по която са придобити или се отчитат по тяхната преоценена стойност;
- одиторски доклади за проведен одит в предприятието;
- вътрешноконтролни отчети;
- натрупан опит в управлението на предприятието или част от него – отчет за производството, пласмента и т.н.;
- стратегически планове, планове за развитие, за обновяване и други планове – инвестиционни, финансови и други.

Всички информационни източници, било то вътрешни или външни за предприятието, би следвало да се анализират и използват като взаимосвързана съвкупност от информация. Всеки източник може да допълва или да детайлизира информацията, получена от други документи. Различните нюанси и акцент, които имат отделните информационни източници за бизнес оценката дават основание да се оформят някои групи документи. В

практиката те могат условно да се подразделят в зависимост от различни критерии и целево предназначение.

В зависимост от икономическата същност на използваните документи, същите се подразделят на няколко основни групи, сред които:

- общи източници на информация, които обхващат:
  - международни и вътрешни документи;
  - статистически документи и анализи;
  - специализирани издания и информация.
- финансови данни, които включват общи данни и за данни за предприятието;
- данни за пазарите и производствената листа на предприятието, които от своя страна обобщават следното:
  - информация за конкуренти – настоящи и бъдещи;
  - информация за конкурентни продукти;
  - информация за пазари и маркетингови стратегии;
  - информация за договори и връзки с потребителите.
- данни за персонала на предприятието, които могат да обхващат следните по-съществени моменти:
  - структура и численост на персонала;
  - квалификационен и възрастов състав на персонала;
  - заплащане, стимулиране, форми и начини за мотивация;
  - социални аспекти, социална политика спрямо персонала и др.
- общи икономически данни, които имат разнообразен характер и могат да включват:
  - макроикономически данни;
  - отраслови данни;
  - данни за участие в мезоикономически структури като клъстери, алианси и др.;
  - данни за предприятието, групирани по степен на детайлизиране.
- данни за отрасъла, към който принадлежи предприятието, които най-общо следва да обхващат:
  - информация за мощностите в отрасъла и тяхното териториално разпределение;
  - информация за използване на алтернативни енергийни източници;
  - информация за продажбите в отрасъла и по отделни негови дейности;
  - информация за териториалното разпределение и мястото на националните производители;

- информация за техническа осигуреност, технологии, степен на дигитализация на дейността и др.
- пазарни данни за предприятия-аналози, които най-често обобщават следната информация:
  - информация за котиране на фондовите борси;
  - информация за сделки с некотирани предприятия-аналози;
- събиране на данни чрез интервюиране – за допълване на липсващата информация при бизнес оценката.

### **Аналитични направления, прилагани при бизнес оценяването**

До момента бяха представени основни информационни източници, на чиято база се събират данни за бизнес оценката. Разбира се, събраните, обработени и обобщени данни подлежат на анализ, който може да бъде в различни направления в зависимост от предназначението на бизнес оценката. Тези направления са с практическа насоченост и имат за цел да покажат колкото е възможно повече аспекти на оценявания обект. Някои от по-важните направления на анализ, свързан с бизнес оценката, са следните:

- Икономически анализ. Икономическият анализ обхваща показателите за оценка на макроикономическата рамка (брутен вътрешен продукт, брутен национален доход, държавен дефицит или излишък заетост и безработица, инфлация, индекси на равнища на цените и др.); историческото развитие на отрасъла и на предприятието с очертани зависимости от това развитие; прогнозите, тенденциите за развитие в бъдеще, регулаторна рамка и т.н. При бизнес оценката например на застрахователни брокери, икономическият анализ отделя значително внимание на различните регулации нормативи, на които са подложени, поради позициите им на финансовите пазари (Zdravkov, 2018).
- Анализ на отрасъла. Анализът на отрасъла обхваща цикъла на икономическия живот на отрасъла, подотрасъла и продуктите, определяне на ключовите сили на пазара, сравняване на тенденциите в развитието на предприятието в сравнение с развитието на отрасъла като цяло; анализ на ключови суровини за отрасъла, технологии, наличие на заместители, ценова еластичност, сезонност и цикличност; анализа на пазара – международен, регионален и вътрешен; анализа на производители и вносители и на маркетинговите им дейности; анализ на средни количествени характеристики на отрасъла в териториален аспект (Stoenecheva, 2022).
- Анализ на предприятието. Този анализ обикновено се концентрира върху следните по-съществени моменти:
  - диагностичен анализ – извършва се по най-често по основни раздели: продуктова структура; материално-техническа база и технологии; численост на персонала; финансов анализ – активи и пасиви на предприятието, финансови съотношения, степен на ликвидност, на задлъжнялост, финансов ливъридж и др.;

- анализ на елементите на маркетинг-микса: обхваща продуктите и услугите, произведени от предприятието; жизнения цикъл на продуктите (при многопродуктови предприятия) с използване на матрицата на Бостънската консултантска група; цени и ценова политика; фирмена система за доставки и дистрибуция; реклама, цени и ценова политика;
  - анализ на силните и слабите страни на предприятието, което е обект на покупко-продажба с помощта на SWOT анализ и/или по-известни матрични модели като **Relative Advantage Matrix**, SPACE, адаптиран вариант на модела на Бостънската консултантска група и др. (Papazov & Mihaylova, 2012; Papazov & Mihaylova, 2009);
  - анализ на бизнес-плановите на предприятието, анализ на инвестиционната програма и източниците на финансиране; анализ на последователността на етапите на разработване на бизнес-плановите; взаимовръзка и балансираност на развитието; източници на финансиране и критерии за избора им и др.
- Анализ на подбора на предприятия-аналози. Подобен анализ обикновено съдържа определяне на критерии за сравнимост, свързани с бизнеса – продукти и услуги, степен на зрелост на бизнеса (жизнен цикъл на бизнеса); мениджмънт и управленски опит; приходи, финансови показатели; позиции в отрасъла и на пазара; дивиденди; счетоводна стойност; естество на конкуренцията. Важни са и критериите, свързани с капитала, като например структура на капитала; кредитни позиции; структура на акциите, котировки, пазарни множители и борсови индикатори. Като втора стъпка следва подборът на най-важните критерии, по които да се търсят аналози и като трета стъпка са корекциите на данните – коригират се данните на оценяваното предприятие, а не на аналозите. Целта на анализа на всички данни за оценката е оценяване на риска и оценяване на растежа.

Предвид това, че бизнес оценяването е обвързано и със стратегията на предприятието, то подходящо е да се използват и някои модели за стратегически анализ. Това е полезно особено при малките и средните предприятия (МСП), които не разполагат с голям финансов ресурс. Сред инструментите, създадени за нуждите на стратегическото управление на МСП, могат да се отличат моделите „Матрица на относителните предимства” (RAM) и „Стратегическа позиция и оценка на действията” (SPACE). Тяхната най-важна задача е да стимулират проактивното поведение на мениджърите по отношение на случващото се около тях. Идеята на първия модел е да ориентира МСП за наличие на конкретни конкурентни предимства в контекста на средата, в която действат. Вторият модел, който всъщност може да се приеме като допълнение и продължение на първия, прави опит за нормативни предписания по отношение на евентуалната стратегическа линия на поведение с допълнително отчитане на фактори, свързани с външната среда. Тези особености на двата модела ги правят подходящи за приложение и при анализите, свързани с бизнес оценяването на МСП (Papazov & Mihaylova, 2012). Всички обаче трябва да са насочени към подобряване на системата за регулиране на дейността по оценка на активи (Iliev, 2011) и подобряване на оценителската практика (Kostov, 2020).

За да се осъществи на практика бизнес оценяването като процес, е необходимо спазването на определени изисквания. Те са свързани предимно с:

- целите на бизнес оценката;
- методологията, която се използва при оценката;
- методиката на оценяване;
- технологията на оценката.

Основната цел при бизнес оценяването е получаване на експертна и реална стойност, т.е. стойността на предприятието в неговата динамика и развитие. Към тази основна цел могат да се обособят и конкретни подцели, като например:

- подпомагане, детайлизиране и рационализация на управлението на предприятието на различните равнища;
- оценка на всички потоци – материални, парични и др., циркулиращи в предприятието;
- ликвидиране на предприятието при спазване на всички нормативни изисквания и добри практики и т.н.

Във връзка с осъществяването на основната цел и другите подцели често пъти се налага да се възприеме някаква класификация на пазарните оценки. Подобна класификация най-често е свързана с четирите вида оценки, определени в зависимост от основното им предназначение:

- за целите на купувача (бизнес оценка, прилагана най-често при покупки на цяло предприятие или обособена част от него);
- за вътрешна оценка (използва се при кредитиране, саниране на сгради при етажна собственост (Raychev, 2011), застраховане на активи и други);
- според правилата на държавната администрацията (използва се основно за целите на приватизацията);
- за целите на продавача (оценка при продажби на цели предприятия или обособени части от тях).

Разликата между отделните видове оценки е различната тежест и многообразието на използвани методи за удовлетворяване изискванията, целите и стратегията на поръчителя на пазарната оценка (бизнес оценката).

Бизнес оценяването търпи развитие във времето тъй като например все повече сгради на предприятията се трансформират от обикновени постройки в технологично сложни съоръжения, а от там се изисква и създаването на комплекс от инвестиционните решения и оценки (Zlateva, Zabunov & Velev, 2013), респективно събиране на допълнителна информация и анализ. Динамиката на съвременната бизнес среда изисква познаване на както на заобикалящата среда, така и на ситуацията в самото предприятие. Информацията при такива обстоятелства е от решаващо значение особено при оценяването на бизнес организациите. Значението на информацията произтича от разбирането, че информацията е ресурс, необходим за бъдещи бизнес дейности (Perur, Kukuz & Hrga, 2022; Zafirova, 2021).



Много често, когато се оценяват цели предприятия в съвременните условия възниква въпросът за използването при тях на новите технологии. Например, ако за продажба на цяло предприятие е обявен реален магазин за дамски дрехи, към който има създаден и функциониращ електронен магазин, бизнес оценката и информацията която се анализира във връзка с нея следва да се основава на приходите и печалбата и от онлайн магазина. Безспорно, дигитализацията оказва влияние и върху бизнес оценяването (Hristova, 2022). Внедряването на информационно-технологични иновации в индустрията например подобрява реалните бизнес модели и създава нови (Stanković, Stanković & Tomić, 2022). Индустрия 4.0 например се характеризира с хоризонтална и вертикална интеграция на производствени системи, управлявани от обмен на данни в реално време (Varbanova, et al., 2023). Увеличават се обаче и рисковете, които стават все по-значими при оценката, в условия на трансформации и преструктурирания (Ivanov, Gilina & Bobchev, 2022; Stoyanov, et al., 2022).

В една бъдеща кръгова икономика също са необходими нови бизнес модели и нови модели за оценка на бизнеса, които забавят, затварят и стесняват цикъла на ресурсите, за да се справи предприятието с ключови предизвикателства, свързани с ресурсите и климата (Bocken, et al., 2019; Stefan, Andreiana & Vlad, 2019).

Практически проучвания са доказали и връзката между разработената стратегия за корпоративна социална отговорност на предприятието и неговата бизнес оценка. В действителност между стратегията за корпоративна социална отговорност и бизнес оценката има пряка връзка и добре реализираната стратегия увеличава стойността на бизнеса (Abugre & Anlesinya, 2020).

## **Заклучение**

Представените теоретични и практически аспекти на бизнес оценяването в съвременните динамични условия провокира редица въпроси, които намират своя отговор във времето. Разкритите в настоящата публикация възлови аспекти на бизнес оценяването не могат да изчерпят цялото многообразие от въпроси. По-скоро е направен опит да се очертаят проблемни области на бизнес оценяването и необходимостта от подпомагане на бизнес организациите (най-вече малките и средните предприятия) при управлението на активите, инвестициите, бюджетирането, маркетинга, оценката и реализацията на продукцията, производството и т.н. Всички поставени проблеми, на практика следва да провокират една непрекъсната комуникация във времето между мениджъри и бизнес оценители, с приложението на съвременни подходи, методи и модели и използването на многообразие от информационни източници. Една бизнес оценка е добре да бъде основана на различни подходи и да обхваща многообразие от информационни източници. Създаването на общо виждане между бизнес оценители и мениджъри за оценката на предприятието или на отделни негови активи може да подпомага управлението и то най-вече по отношение решаването на стратегически въпроси на развитието на организацията.

Бизнес оценяването като теория и практика се развива във времето и това е нормален процес. Това развитие е свързано най-вече с аналитичните

направления, прилагани при бизнес оценяването, разширяването на обхвата на информационните източници и приложението на адаптирани аналитични модели и техники.

## Източници

- Abugre, J. B., & Anlesinya, A. (2020). Corporate social responsibility strategy and economic business value of multinational companies in emerging economies: The mediating role of corporate reputation. *Business Strategy & Development*, 3 (1), 4-15.
- Bocken, N., Strupeit, L., Whalen, K., & Nußholz, J. (2019). A Review and Evaluation of Circular Business Model Innovation Tools. *Sustainability*, 11 (8), 2210.
- Hayes, A. (2023, March 29). Valuing a Company: Business Valuation Defined with 6 Methods. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-valuation.asp>
- Hristova, S. (2022). The Impact of the Public Procurement System Reform on Bulgarian Small and Medium-Sized Enterprises. *Economic Studies*, 31 (6), 172-184.
- Iliev, P. (2011). The international valuation standards and their applicability in Bulgaria. *Izvestiya - Varna University of Economics*, (2), 18-29.
- Ivanov, I., Gilina, N., & Bobchev, K. (2022). Conflicts and Conflict Areas in the Real Estate Transaction. In *International Scientific and Practical Conference "Construction Entrepreneurship and Real Property"*, 89-96.
- Kostov, I. (2020). Features of the Independent Valuers Act. In *International Scientific and Practical Conference "Construction Entrepreneurship and Real Property"*, 69-75.
- Papazov, E., & Mihaylova, L. (2012). Modern approach to strategic control in SMEs. In *Proceedings of MIBES International Scientific Conference 2012–Innovation & Sustainability*, 25-27.
- Papazov, E., Mihaylova, L. (2009). Adapting the Growth-Share Model for Planning Purposes in SMEs. *The Annals of "Eftimie Murgu" University – Fascicle Economic studies*, No 1, 268-276
- Pepur, P., Kukuz, F. K., & Hrga, J. (2022). The role of accounting information in the business communication. In *Proceedings of International conference "Contemporary issues in economy and technologies"*, 16-71 June 2022, Valencia, Spain, 54-60.
- Raychev, T. (2011). Assessment of the Housing Stock and its Renovation. *Izvestiya*, (2), 54-64.
- Shea, V. J., Dow, K. E., Chong, A. Y. L., & Ngai, E. W. (2019). An examination of the long-term business value of investments in information technology. *Information Systems Frontiers*, 21, 213-227.
- Stanković, J., Stanković, J. Z. & Tomić, Z. (2022). Factors Affecting Digital Transformation of Insurance in the Republic of Serbia. *Economic Themes*, 60 (1), 133-149.
- Stefan, M. C., Andreiana, V. A., & Vlad, M. (2019). The Development of the Mountain Tourism Services in Romania—the Macroeconomic Implications and Strategic Perspectives. *LUMEN Proceedings*, 8, 106-117.
- Stoencheva, Y. (2022). Opportunities for Assessment the Housing Conditions in Bulgaria. In *Proceedings of International Scientific and Practical conference „Construction Entrepreneurship and Real Property"*, 157-165.
- Stoyanov, S., Oresharov, N., Dimov, O., Nikolova, N., & Kavaldzhieva, K. (2022). Evaluation and Effectiveness of the Adaptation of Evaluation Standards to the Training, Business Environment and Practices in the Republic of Bulgaria. *Ikonomiceski i Sotsialni Alternativi*, (1), 69-79.

Varbanova, M., de Barcellos, M. D., Kirova, M., De Steur, H., & Gellynck, X. (2023). Industry 4.0 implementation factors for agri-food and manufacturing SMEs in Central and Eastern Europe. *Serbian Journal of Management*, 18 (1), 167-179.

Zdravkov, N. (2018). Company Analysis and Valuation in the Management of Insurance Brokerage Firms. *Almanac of PhD Students, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria*, vol. 14, Year 2, 285-296.

Zlateva, P., Zabunov, G., & Velev, D. (2013). An Analysis of Life Cycle Costing Using Fuzzy Logic. In *Proceedings of International Conference on Application of Information and Communication Technology and Statistics in Economy and Education (ICAICTSEE)*, 699-705.

Zafirova, Tz. (2021). Impact of changes in the environment on the strategic aspects of crisis management. *Izvestia Journal of the Union of Scientists-Varna. Economic Sciences Series*, 10 (2), 184-192.



## Business Evaluation: Information and Analytical Base

Lyudmila MIHAYLOVA<sup>1</sup>; Emil PAPAZOV<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ORHID iD 0000-0001-8566-1761, University of Ruse “Angel Kanchev”, Ruse, Bulgaria,  
e-mail: [lmihaylova777@gmail.com](mailto:lmihaylova777@gmail.com)

<sup>2</sup> ORHID iD 0000-0002-7940-0474, University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria,  
e-mail: [epapazov@gmail.com](mailto:epapazov@gmail.com)

DOI: 10.56065/CERP2024.1.1.53

### Abstract:

**JEL:** M21

Business evaluation is the process of analyzing all aspects of a business to ascertain its overall value or the value of its individual components. Conducting a business assessment involves thorough analysis of various aspects such as technical, technological, and economic conditions using detailed data obtained from reliable sources.

This paper aims to present underrepresented aspects of business valuation theory and practice, drawing from observations in valuation theory. It is necessary to examine contemporary elements of business assessment and its data foundation in this context. Business valuation incorporates analytical methods. The paper includes guidelines for analyzing the prepared assessment and suggests potential applications of models and techniques in enterprise strategic management.

The paper utilizes research, analysis of information sources, and practical examples from Bulgaria. This study focuses on theoretical questions concerning practice and is practical in nature.

### Keywords:

Business; valuation; business valuation.

### Now to cite:

Mihaylova, L., Papazov, E. (2024). Biznes otsenyavane: informatsionna i analitichna baza. [Business Evaluation: Information and Analytical Base]. *Stroitelno predpriemachestvo i nedvizhima sobstvenost = Construction Entrepreneurship and Real Property*, 1 (1), 53-64. <https://doi.org/10.56065/CERP2024.1.1.53>

Copyright © 2024  
by author(s) and  
University of  
Economics –  
Varna