

image not found or type unknown



Отрасль торговли имеет множество особенностей, отличающих ее от всех прочих отраслей. Развить бизнес в отрасли торговли, не зная этих особенностей и не считаясь с ними, практически невозможно. Бизнес, связанный с торговлей отделочными и строительными материалами в России, представляет собой специфическую предпринимательскую среду, где свои особенности имеют почти все аспекты деятельности: от бизнес-процессов до предпринимательского климата.[\[1\]](#)

Предприятия, специализирующиеся на торговле отделочными материалами, очень разнообразны. Это могут быть небольшие монобрендовые или мультибрендовые магазины, сети магазинов (также монобрендовые или мультибрендовые) крупные строительные гипермаркеты, салоны, специализирующиеся на отделочных материалах премиум качества (такие салоны как правило являются монобрендовыми) и т.д. На данный момент на территории РФ насчитывается 11,6 тысяч предприятий, деятельность которых связана с торговлей отделочными материалами.[\[2\]](#)

У строительной отрасли имеется ряд особенностей. Большинство из них связано со спецификой создаваемой продукции, условий труда, отличительными чертами применяемой техники, технологических и бизнес-процессов.

Бизнес, специализирующийся на торговле отделочными материалами, как и специализирующийся на торговле прочими строительными материалами, неразрывно связан со строительным бизнесом. Торговый бизнес в этом случае вынужден подстраиваться под особенности бизнес-процессов строительных компаний, из-за чего перенял у строительной отрасли, особенно у строительных групп, некоторые сходные черты.

Спрос на продукцию строительных компаний и на товары, предлагаемые бизнесом в сфере торговли отделочными материалами, также тесно взаимосвязан: если в какой-то момент появляется множество крупных замороженных объектов незавершённого строительства, падает спрос на продукцию строительных предприятий, то роста продаж, особенно оптовых, в сфере торговли отделочными материалами ожидать тоже не стоит.[\[3\]](#)

Оценка стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами

Оценка рыночной стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами – это отображение в денежном выражении стоимости, корректно отражающей характеристики данной организации как объекта купли-продажи, его полезность для потенциального покупателя и затраты, необходимые для получения этой полезности.

Согласно Федеральному стандарту оценки «Оценка бизнеса» (ФСО №8), бизнес – предпринимательская деятельность организации, направленная на извлечение экономических выгод.

Также объектом оценки является имущественный комплекс организации.^[4] Стоимость бизнеса превышает стоимость имущественного комплекса на стоимость «неосязаемых активов», под которыми подразумеваются кадровые ресурсы, взаимоотношения с поставщиками, имидж и конкурентная позиция предприятия, GR-коммуникации и прочие нерегистрируемые активы.^[5] Неосязаемые активы определяют рыночную привлекательность фирм с отрицательным балансовым собственным капиталом.

Таким образом:

Бизнес – это предпринимательская деятельность, направленная на производство и реализацию товаров, услуг, работ и других видов разрешенной законом деятельности с целью получения прибыли.

Предприятие – имущественный комплекс, который используется при осуществлении предпринимательской деятельности.

Создание предприятия необходимо для достижения целей бизнеса.

Согласно Федеральному стандарту оценки «Оценка бизнеса» (ФСО №8), факторами, влияющими на стоимость любого предприятия, являются:

1. Состояние бизнеса, перспективы развития отрасли, в которой предприятие ведет деятельность, положение в отрасли самого предприятия, в том числе:

а) Особенности создания и развития бизнеса, условия функционирования организации;

б) Особенности выпускаемой продукции, товаров и (или) выполняемых работ, оказываемых услугах;

Результаты производственно-хозяйственной деятельности за определенный период;

а) Структура уставного капитала, паевого фонда организации, ведущей бизнес;

б) Структура распределения уставного капитала, паевого фонда организации;

в) Правах, предусмотренных учредительными документами организации, ведущей бизнес, в отношении владельцев обыкновенных и привилегированных акций, паев в паевом фонде производственного кооператива, долей в уставном капитале;

г) Особенности распределении прибыли организации, дивидендной истории организации, при оценке долей в уставном капитале - о размере части прибыли организации, распределяемой между участниками организации;

д) Наличие и условия корпоративного договора, в случае если такой договор определяет объем правомочий участника акционерного общества, общества с ограниченной ответственностью, отличный от объема правомочий, присущих его доле согласно законодательству.[\[6\]](#)

Увеличение стоимости компании является одной из ключевых целей функционирования компании наряду с увеличением прибыли.

Оценка стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами необходима не только потенциальным инвесторам для того, чтобы принять решение о вложении средств в данное предприятие, но и для руководства самой компании: это позволяет проанализировать сильные и слабые стороны компании, оценить эффективность функционирования бизнеса, определить аспекты деятельности фирмы, нуждающиеся в дополнительном финансировании.

Драйверы стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами

В условиях современной российской экономики на стоимость бизнеса в сфере торговли отделочными материалами влияет множество факторов. Все факторы, оказывающие влияние на рыночную стоимость организации в сфере торговли отделочными материалами, подразделяются на внешние и внутренние.

К драйверам стоимости относят ключевые факторы, влияющие на стратегическое развитие бизнеса и ведущие к увеличению стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами.

Для стратегического развития бизнеса в сфере торговли отделочными материалами могут быть использованы следующие стратегии[7]:

- Стратегия быстрого роста торгового бизнеса – в основе этой стратегии лежит интеграция организаций, поглощение конкурентов.
- Стратегия обеспечения стабильности торгового бизнеса – целью этой стратегии выступает снижение потерь от возможных изменений во внутренней и внешней среде, иными словами это стратегия реагирования на возникшие отклонения. Пример направления развития организации, специализирующейся на торговле отделочными материалами, при данной стратегии – фокусирование на специальных свойствах организации.[8]
- Стратегия адаптивного развития торгового бизнеса – главной задачей этой стратегии является обеспечение стабильного роста организации в условиях постоянно происходящих изменений внешней и внутренней среды предприятия.[9] Характерно, что подобные изменения воспринимаются руководством компаний как потенциальная угроза развитию предприятия и эффективности его деятельности.

Направления развития бизнеса в сфере торговли отделочными материалами при стратегии адаптивного развития следующие:

1. диверсификация производства,
2. повышение конкурентоспособности,
3. расширение доли на рынке;[10]

Основным индикатором верного выбора стратегии развития торгового предприятия является эффективное управление непрерывным повышением потенциала развития бизнеса и эффективной реализацией располагаемого потенциала бизнеса.[11]

Управление развитием и ростом стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами

Исходя из выбранной стратегии можно определиться с ключевыми направлениями развития предприятия. Выбор этих направлений должен быть экономически и логически обоснован и не должен противоречить стратегии развития.[\[12\]](#)

В вопросе управления развитием предприятия в сфере торговли отделочными материалами для руководителей фирм первоочередным является управление комплексными объектами:

- Количественный рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами;
- Качественные изменения бизнеса в сфере торговли отделочными материалами.

Управление количественным ростом бизнеса – это динамичное наращивание позитивных для торгового бизнеса количественных изменений. При этом внесение качественных изменений в деятельность предприятия не предполагается.

Управление качественными изменениями в торговом бизнесе, напротив, предполагает внесение изменений, влияющих на содержание, кадровый состав, организационную структуру бизнеса, технологии, которые использует предприятие в своей деятельности.

Управление количественным ростом и качественными изменениями строительного бизнеса может производиться одновременно.

Рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами – это положительные количественные изменения бизнеса. Подразумевает повышение результативности деятельности бизнеса: увеличение объёмов продаж одноимённой продукции и т.д.

Рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами является способом укрепления конкурентных позиций и развития предприятия при его качественной неизменности.

У разных предприятий строительной отрасли рост может происходить по-разному:

Для некоторых фирм, специализирующихся на торговле отделочными материалами, может быть характерен быстрый рост. Такие фирмы стремятся захватить наибольшую долю рынка, стремительно вытесняя конкурентов. В этом случае скорость количественных изменений является решающим фактором успеха строительной фирмы.

Продолжительный рост бизнеса обычно характерен для диверсифицированных предприятий отрасли торговли. Такие предприятия стремятся к поиску наилучшие направления инвестирования, маневрируя в своём окружении.

Далеко не все предприятия отрасли торговли стремятся к тому, чтобы стать быстрорастущими фирмами. У некоторых организаций, специализирующихся на торговле отделочными материалами, для этого недостаточно ресурсов. А некоторые фирмы могут быть быстрорастущими на протяжении всего своего срока существования.

У быстрорастущих фирм есть общие признаки, например, стратегическая нацеленность на рост бизнеса, что рассматривается как основная тенденция его развития, хорошая управляемость бизнес-процессами, гибкость в целеполагании, формировании ресурсной базы, в формировании бизнес-процессов и бизнес-коммуникаций.

Управление ростом бизнеса в сфере торговли отделочными материалами направлено на положительное изменение:

- скорости бизнес-процессов;
- масштабов бизнес-процессов;
- продолжительности бизнес-процессов;
- количества производимой продукции;
- внутренних резервов;
- эффективности использования ресурсов и т.д.

Компаниям, торгующим отделочными материалами, удастся достигнуть положительного изменения этих параметров бизнеса за счёт:

- Диверсификации бизнеса;
- Обогащения сектора рынка новыми потребительскими сегментами и его развития;
- Повышения потребительской ценности реализуемой продукции, развития предоставляемых услуг;

- Глубокого проникновения на соответствующий сектор рынка.

Рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами, основанный на диверсификации, достигается за счёт произведённых ранее значительных качественных изменений в структуре предлагаемых фирмой услуг, что, в свою очередь, обеспечивается преобразованиями в бизнес-процессах, бизнес-коммуникациях, организационной структуре предприятия, и за счёт прочих изменений в деятельности фирмы.

Рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами, осуществляемый за счёт развития сектора рынка, заключается в выявлении новых сегментов потребителей и привлечении их к покупкам соответствующих товаров и услуг.

Основное условие для роста бизнеса в этом случае – сочетание формирования новых потребительских сегментов с поддержанием прежнего уровня взаимодействия с уже освоенными.

Развитие продукции – отделочных материалов, оказываемых услуг и повышение их потребительской ценности, как способ роста бизнеса в сфере торговли отделочными материалами, предполагает усиление присутствия компании на рынке с ранее разработанной новой корзиной предложений.

Новизна в этом случае заключается в том, что продукция, реализуемая предприятием, приобретает качественно новые потребительские свойства, но предназначена для того же сектора и сегмента рынка.

Сюда же относится ранее предложенные услуги, но с существенными улучшениями, что ведёт к улучшению потребительских свойств продукции, которую реализует предприятие.

Рост бизнеса в сфере торговли отделочными материалами за счёт глубокого проникновения на рынок предполагает увеличение роста продаж отделочных материалов уже имеющимся потребителям, привлечение дополнительных потребителей в тот же сегмент рынка.

Компании в данном случае важно достижение наилучшего понимания структуры потребительских сегментов и структуры потребностей выбранного рыночного сектора.

Целью фирмы, торгующей отделочными материалами, становится не поиск новых сегментов, а максимальное закрепление в старых.

Понятием, неразрывно связанным с ростом бизнеса в сфере торговли отделочными материалами, является повышение его стоимости.

Стоимость бизнеса – один из важных показателей в системе предпринимательства, а управление стоимостью бизнеса – неотъемлемая часть управления бизнесом.

Управление стоимостью бизнеса для повышения его конкурентной устойчивости, как правило, включает следующие направления:

1. Управление стоимостью бизнес-результатов – величиной доходов, объёмами продаж, косвенными стоимостными эффектами, получаемыми окружением торгового предприятия.
2. Управление стоимостью ресурсов предприятия, а именно: административных, информационных, материальных, финансовых, интеллектуальных, инвестиционных, человеческих и других ресурсов, которые могут быть применены в сфере торговли отделочными материалами.
3. Управление ценностью бизнес-процессов, к которым относятся организационно-управленческие, производственные, коммерческие, маркетинговые, логистические, конкурентные бизнес-процессы.

На ценность бизнес-процессов влияет их комплексность, слаженность, скорость, отсутствие противоречий между ними.

4. Управление ценностью бизнес-коммуникаций с окружением торгового предприятия (как внутренним, так и внешним), а именно ценностью каналов движения товаров, цепочек поставок, партнёрских взаимоотношений, отношений внутри коллектива фирмы.[\[13\]](#)

Увеличение стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами является одной из ключевых целей функционирования компании наряду с увеличением прибыли.[\[14\]](#)

Оценка стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами необходима не только потенциальным инвесторам для того, чтобы принять решение о вложении средств в данное предприятие, но и для руководства самой компании: это позволяет проанализировать сильные и слабые стороны компании, оценить эффективность функционирования бизнеса, определить аспекты деятельности фирмы, нуждающиеся в дополнительном финансировании.

Факторы, влияющие на стоимость бизнеса в сфере торговли отделочными материалами

В условиях современной российской экономики на стоимость бизнеса в сфере торговли отделочными материалами влияет множество факторов. Все факторы, оказывающие влияние на рыночную стоимость такой организации, подразделяются на внешние и внутренние.

К экономическим факторам относятся:

1. Доход от деятельности и перепродажи предприятия – ожидаемый финансовый результат от осуществления основной деятельности приобретаемого торгового предприятия, либо его дальнейшей перепродажи;
2. Продолжительность получения доходов от деятельности предприятия – прогноз того, сколько времени покупатель сможет получать от экономической деятельности приобретаемого предприятия тот или иной доход после осуществления его покупки;
3. Риск, связанный с этим бизнесом – учитываются все экономические риски, связанные с осуществлением деятельности приобретаемого предприятия и владения им, как зависящие от осуществляемой деятельности, так и не зависящие напрямую;
4. Рентабельность предприятия – относительный показатель экономической эффективности предприятия, характеризующий его доходность. Сюда же можно отнести рентабельность активов предприятия, его капитала, персонала, продукции, продаж, основной деятельности;[\[15\]](#)
5. Затраты на создание такого предприятия с нуля – сравнение выгоды от приобретения готового бизнеса и создания аналогичного нового бизнеса, а также сравнение необходимых финансовых вложений в обоих случаях;
6. Соотношение спроса и предложения на подобные предприятия - зависимость между количеством аналогичных предложений на рынке и их ценой, которую готовы за них заплатить потенциальные покупатели, а также само количество потенциальных покупателей;[\[16\]](#)

К внешним факторам относятся:

1. Особенности законодательства, регулирующего данную отрасль – любые изменения регулирования в рассматриваемой отрасли.
2. Политическая обстановка;
3. Международные отношения;
4. Политика государственных органов;
5. Изменения налоговой политики;
6. Экономическое положение в стране;
7. Покупательская способность граждан и состояние отрасли в целом;

К внутренним факторам, влияющим на стоимость организации в отрасли торговли, можно отнести следующие:

1. Особенности деятельности – к данному фактору относится, например, то, на каких именно отделочных материалах и на каком виде торговли специализируется компания: оптовая или розничная торговля, к какому ценовому сегменту относится основной объем реализуемой продукции и т.д.
2. Ресурсы и эффективность их использования – под данным фактором подразумевается обеспеченность компании необходимым оборудованием, трудовыми ресурсами соответствующей квалификации, непосредственно материалами, финансовыми ресурсами и т.д.
3. Качество, ассортимент и объем реализуемой продукции и оказываемых услуг – к данному фактору относятся стандарты, которыми руководствуется компания в своей деятельности, ценовая политика, характеристики реализуемых отделочных материалов, ассортимент реализуемой продукции и сопутствующих услуг;
4. Качество системы управления – адекватность системы менеджмента реальному состоянию организации, соответствие менеджмента целям организации;
5. Конкурентное положение и доля рынка – отражает результаты конкурентной борьбы, эффективность конкурентных действий и стратегии. Характеризует конкурентоспособность организации. Так же может отражать степень доступа к ресурсам;

6. Финансовое состояние и инвестиционный потенциал – обеспечение предприятия ресурсами для финансирования деятельности, эффективность их использования, платежеспособность организации и ее финансовая устойчивость, а также привлекательность бизнеса с точки зрения привлечения инвестиций. [17]

7. Нематериальные активы и их структура – сюда в случае фирмы, торгующей отделочными материалами, могут относиться колеровочные палитры, разработанные компанией, бренд компании, информационный компонент деятельности и т.д.

8. Взаимоотношения с поставщиками – от взаимоотношений с поставщиками, наличием долгосрочных договорных отношений с ними, зависит обеспеченность организации ресурсами, необходимыми для ведения деятельности, степень риска, связанного с поставкой ресурсов, а также стоимость этих ресурсов.

Если система внешних факторов характерна для оценки стоимости любой организации, то система внутренних факторов учитывает особенности бизнеса в сфере торговли отделочными материалами.

Анализ факторов, влияющих на стоимость бизнеса, специализирующегося на торговле отделочными материалами, должен идти по множеству разных направлений, является трудоемким процессом, при этом состав факторов и их детализация сильно зависят от особенностей каждого конкретного предприятия.

Заключение

Таким образом, в статье проанализированы и систематизированы внешние и внутренние факторы, влияющие на стоимость организации в сфере торговли отделочными материалами.

Проанализированы драйверы стоимости и стратегии развития бизнеса, ведущие к увеличению стоимости бизнеса в сфере торговли отделочными материалами. Примечательно, что различные стратегии развития, рассмотренные в статье, отвечают потребностям организаций данной отрасли в зависимости от экономического положения и стадии жизненного цикла конкретного предприятия. С выбором стратегии развития бизнеса в сфере торговли отделочными материалами неразрывно связан и выбор ключевых направлений развития такого бизнеса. Правильное и своевременное применение подходящей для организации

сферы торговли отделочными материалами стратегии развития может (и должно) привести к росту стоимости компании и улучшению показателей её деятельности.

Если система внешних факторов характерна для оценки стоимости любой организации, то система внутренних факторов учитывает особенности бизнеса в сфере торговли отделочными материалами. При исследовании групп факторов было выявлено, что анализ факторов, влияющий на стоимость бизнеса, должен идти по разным направлениям, является трудоемким процессом, при этом состав факторов и их детализация достаточно субъективны, не могут быть регламентированы и детально описаны ни в нормативно-правовом документе, ни в учебном пособии.

Список литературы:

1. Федеральный стандарт оценки «Оценка бизнеса (ФСО N 8)», Утв. приказом Минэкономразвития России от 1 июня 2015 г. N 326
2. Оценка стоимости бизнеса и ценных бумаг. Под ред. Косоруковой И.В. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Университет», 2017
3. Косорукова И.В. Концепция финансовой модели анализа бизнеса и методика факторного анализа показателей стоимости бизнеса, Экономика и управление: проблемы, решения Изд: Издательский дом «Научная библиотека» (Москва) ISSN: 2227-3891eISSN: 2308-927X 2018, с. 10-18.
4. Мирзоян Н.В., Косорукова И.В. Новые аспекты оптимизации структуры капитала организации, Имущественные отношения в Российской Федерации Изд: Международная академия оценки и консалтинга (Москва) ISSN: 2072-4098 2018, с. 40-49.
5. Рубин Ю.Б. Стратегии конкурентных действий / Современная конкуренция №4 (46) // -М.: Университет «Университет» - 2014. с. 101-143
6. Рубин Ю.Б. Управление собственным бизнесом / 14-е издание // - М.: Университет «Университет» - 2016. 976с.
7. Косорукова И.В. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Учебное пособие // - М.: Московская финансово-промышленная академия – 2017. 670 с.
8. Подсумкова Л. А. К вопросу факторов и фактов развития розничной торговли в России / Вестник Саратовского государственного социально-экономического

университета №3 (72) // Саратов - Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» - 2018. с. 73-76

9. Рамазанова Ф.М. Эсетова А. М. Стратегический подход к продвижению строительной продукции на рынок / Вестник Дагестанского государственного технического университета том 44 № 1 // - Махачкала - 2017. с. 206-216

10. Крымов С.М., Кольган М.В. Особенности современных подходов к организации системы стратегического развития торговых предприятий / Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. №3 (21) // Курск. Университетская книга - 2017 с. 43-47

11. И.З. Коготкова, А.А. Сальник Особенности стратегического управления организациями строительной сферы экономики / Вестник университета №3 // -М.: Государственный университет управления - 2017. с. 16-21

12. Зуб, А.Т. Управление стратегическими изменениями в организациях / Зуб А.Т. // - М.: Форум - 2018. 384 с.

13. Распопов, В.М. В.М. Управление изменениями: Учебное пособие / В.М. Распопов. - М.: Магистр - 2018. 258с.

14. Резник, С.Д. Управление изменениями в современных компаниях: Монография / С.Д. Резник, Ю.П. Анискин, Э.В. Кондратьев // - М.: Инфра-М - 2017. 261 с.

15. Пурлик В.М. Управление компанией с ориентацией на рост стоимости бизнеса / Государственное управление. Электронный вестник № 69 // - М.: МГУ имени М.В. Ломоносова. 2018. с. 127-154

16. Интернет-ресурс Test Firm https://www.testfirm.ru/raiting/46_73_6/

1. Подсумкова Л. А. К вопросу факторов и фактов развития розничной торговли в России / Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета №3 (72) // Саратов - Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» - 2018. с. 73-76 [↑](#)

2. Интернет-ресурс Test Firm https://www.testfirm.ru/raiting/46_73_6/ ↑
3. Рамазанова Ф.М. Эсетова А. М. Стратегический подход к продвижению строительной продукции на рынок / Вестник Дагестанского государственного технического университета том 44 № 1 // - Махачкала - 2017. с. 206-216 ↑
4. Федеральный стандарт оценки «Оценка бизнеса (ФСО N 8)», Утв. приказом Минэкономразвития России от 1 июня 2015 г. N 326 ч. I, ст. 2, ч. II ст. 4. ↑
5. Оценка стоимости бизнеса и ценных бумаг. Под ред. Косоруковой И.В. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Университет», 2017 ↑
6. Федеральный стандарт оценки «Оценка бизнеса (ФСО N 8)», Утв. приказом Минэкономразвития России от 1 июня 2015 г. N 326 ч. III, ст. 6, 7, 8. ↑
7. Крымов С.М., Кольган М.В. Особенности современных подходов к организации системы стратегического развития торговых предприятий / Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. №3 (21) // Курск. Университетская книга - 2017 с. 43-47 ↑
8. И.З. Коготкова, А.А. Сальник Особенности стратегического управления организациями строительной сферы экономики / Вестник университета №3 // - М.: Государственный университет управления – 2017. с. 16-21 ↑
9. Зуб, А.Т. Управление стратегическими изменениями в организациях / Зуб А.Т. // - М.: Форум - 2018. 384 с. ↑
10. Распопов, В.М. В.М. Управление изменениями: Учебное пособие / В.М. Распопов. - М.: Магистр – 2018. 258с. ↑
11. Рубин Ю.Б. Стратегии конкурентных действий / Современная конкуренция №4 (46) // -М.: Университет «Университет» - 2014. с. 101-143 ↑

12. Резник, С.Д. Управление изменениями в современных компаниях: Монография / С.Д. Резник, Ю.П. Анискин, Э.В. Кондратьев // - М.: Инфра-М - 2017. 261 с. [↑](#)
13. Рубин Ю.Б. Управление собственным бизнесом / 14-е издание // - М.: Университет «Университет» - 2016. 976с. [↑](#)
14. Пурлик В.М. Управление компанией с ориентацией на рост стоимости бизнеса / Государственное управление. Электронный вестник № 69 // - М.: МГУ имени М.В. Ломоносова. 2018. с. 127-154 [↑](#)
15. Мирзоян Н. В., Косорукова И. В. Новые аспекты оптимизации структуры капитала организации / Имущественные отношения в Российской Федерации № 4 (199) // - М.: Московский институт экономики, политики и права – 2018. с. 40-49 [↑](#)
16. Косорукова И.В. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Учебное пособие // -М.: Московская финансово-промышленная академия – 2017. 670 с. [↑](#)
17. Косорукова И.В. Концепция финансовой модели анализа бизнеса и методика факторного анализа показателей стоимости бизнеса / Экономика и управление: проблемы, решения // - М.: Издательский дом «Научная библиотека» - 2018. с. 10-18 [↑](#)