

Джавадова Овсанна Мэлистовна, Капинос Илья Владимирович

КЛАССИФИКАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СТОИМОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Целью исследования является поиск подходов к оценке фактической стоимости современных предприятий для повышения уровня объективности их оценки и возможности построения эффективного стратегического управления. Материалы и методы, лежащие в основе работы, опираются на базовые способы поиска экономических явлений, происходящих на различных уровнях, в том числе на уровне деятельности хозяйствующего субъекта. Основные результаты исследования формулируются на основе представленных основных групп факторов и первичных элементов, определяющих коммерческую стоимость предприятия. Выводы и обоснование новизны работы: проведенные исследования с применением различных методик, адаптированных к современным реалиям, позволяют сформулировать вывод о необходимости системного подхода к оценке стоимости предприятий в условиях изменчивой рыночной среды. Новизна работы – разработаны методические подходы при оценке стоимости современного предприятия с учетом многообразия внешних и внутренних факторов, влияющих на успешную работу хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: стоимость; подходы к определению стоимости; процесс определения факторов стоимости; классификация факторов стоимости.

Ovsanna Javadova, Ilya Kapinosov

CLASSIFICATION APPROACH TO THE ASSESSMENT OF FACTORS DETERMINING THE VALUE OF AN ENTERPRISE IN THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM

The aim of the study is to find approaches to assess the actual value of modern enterprises in order to increase the level of their objective assessment and the possibility of building effective strategic management. The materials and methods underlying the work are based on fundamental methods of searching for economic phenomena occurring at various levels, including the level of an economic entity. The main results of the study reflect the presented main groups of factors and primary elements that determine the commercial value of the enterprise. Conclusions and rationale for the novelty of the work: the study based on various methods adapted to modern conditions allows drawing a conclusion about the need for a systematic approach to assessing the value of enterprises in a changing market environment. The novelty of the work lies in the development of methodological approaches in assessing the value of a modern enterprise, taking into account the variety of external and internal factors that affect a successful operation of an economic entity.

Key words: cost; approaches to determining cost; the process of determining cost factors; classification of cost factors.

Введение / Introduction. Актуальность задачи прироста базовой стоимости и рыночной ценности отечественных предприятий связана с важностью аккумуляции вовлекаемых средств инвесторов и увеличения их продуктивности, отдачи, что, конечно же, не может не влиять на конкурентную устойчивость всей экономики в целом.

Вот почему имеют высокую значимость те методы и способы, которые позволяют дать объективную оценку коммерческой стоимости того или иного бизнеса. Сегодня на стоимость российского бизнеса оказывает свое влияние множество различных причин, носящих как

количественный, так и качественный характер. Например, российский рынок ценных бумаг, который влияет на образование стоимости компаний, имеет низкую информативность, а также слабую ликвидность.

Практика стран с развитой экономикой рыночного типа проявляет идентичность алгоритмов тактического планирования и администрирования и рост цены фирм, что подразумевает долговременное их развитие. Цена рассматривается как приоритетный долгосрочный критерий, когда необходимо выбрать базовые парадигмы совершенствования предприятий, их поступательного развития. При этом следует отметить, что существующая сегодня концепция интерпретации стоимости отечественного бизнеса содержит в себе недостатки, которые, по сути, понижают ее объективность и точность как инструмента бизнес-менеджмента.

В самом деле структура набора имеющихся приемов и методов стоимостной оценки бизнеса чаще интегрирована с денежными показателями результативности фирмы, в то время как нефинансовые, качественные составляющие зачастую игнорируются. По мнению авторов, такие нефинансовые составляющие, как накопленный умственный капитал, качество коммерческого управления, сложившаяся на фирме корпоративная культура и др. имеют не меньшее значение с точки зрения стоимости оцениваемого бизнеса.

Фактически игнорируются оптимизационные схемы, дающие возможность определить имеющуюся связь между разнообразными видами себестоимости предприятия и множественностью показателей, идентифицирующих результативность бизнеса в условиях нынешней экономической ситуации.

Актуальность темы исследования обусловлена целесообразностью совершенствования концепции характеристики стоимости бизнеса предприятий, функционирующих в российской экономике, через увеличение структуры тех детерминантов, которые могут оказывать непосредственное влияние на ценность бизнеса.

Материалы и методы / Materials and methods. В ходе работы над данной проблемой были исследованы теоретические труды российских и зарубежных ученых нашего времени, научные работы, проанализированы законодательные документы по изучаемой тематике. Широко применялись фундаментальные способы исследования явлений и процессов в экономике на макро- и микроуровнях.

Результаты и обсуждение / Results and discussion. Идентификация главных факторов и драйверов формирования рыночной стоимости компании, дальнейшее создание на их основе управленческих стратегий и методик, а также количественный и качественный анализ результатов деятельности компаний является основой концепции управления. В крупных зарубежных корпорациях для обоснования стратегических решений используется такой показатель как ценность бизнеса, а целью принятия решений является её рост [2].

При этом важна разработка собственной финансовой модели анализа деятельности компании, поскольку она позволит максимально точно и эффективно проанализировать влияние внешних и внутренних факторов на результаты деятельности компании. Главной особенностью любой такой модели является неограниченный набор факторов и детерминант, определяющих стоимость компании. При этом выбор такого ряда факторов аналитиком компании должен прежде всего основываться на знании индивидуальных характеристик компании.

Рассмотрим следующую группу факторов и определяющих стоимость компании детерминант. Прежде всего стоит выделить внешние и внутренние факторы. Внутренние факторы – те, которые характеризуют внутреннюю среду компании, а также результативность менеджмента руководящих органов компании.

1. Размер организации. Этот показатель не может не оказывать значимого влияния на стоимость компании, определяя характерные преимущества и недостатки компании в зависимости от ее размера. Так, наиболее крупные компании и предприятия достаточно сильно страдают от отсутствия гибкости при проведении финансовой политики,

а также при анализе результатов хозяйственной деятельности по причине массивности информации и ее консолидации в наиболее стандартные формы. При этом крупные компании имеют легкий доступ, в сравнении с мелкими и средними фирмами, к различным источникам финансирования своей деятельности: заемный капитал, инвесторы, инвестиции в фондовый рынок.

2. Руководящие органы компании. Руководство является центром компании, объединяя все хозяйственные цепочки производственной и управленческой деятельности.
3. Финансовая структура. Данный фактор позволяет определить, насколько финансово устойчива компания, поскольку достаточно высокий показатель заемного капитала в финансах организации может повлечь за собой снижение финансовой устойчивости организации, а также увеличение финансовой зависимости. Уровень рисков при привлечении заемного капитала увеличивается пропорционально росту удельного веса использования заемного капитала.
4. Диверсификация производимых товаров и оказываемых услуг. Сам принцип диверсификации заключается прежде всего в распределении имеющихся ресурсов по нескольким направлениям деятельности, что позволяет получать большой набор различных выгод при возможности избегания рыночных рисков.

Внешние факторы составляют индикаторы и показатели макроэкономики и экономической ситуации на определенный момент времени.

Таким образом, набор детерминант и факторов, которые можно использовать в моделях оценки показателей деятельности компании, достаточно широк.

Наибольшую популярность оценки стоимости компаний получили модели, которые можно классифицировать по двум признакам: уровень финансовых решений и степень определенности параметров модели. Полученная классификация представлена на рисунке 1.

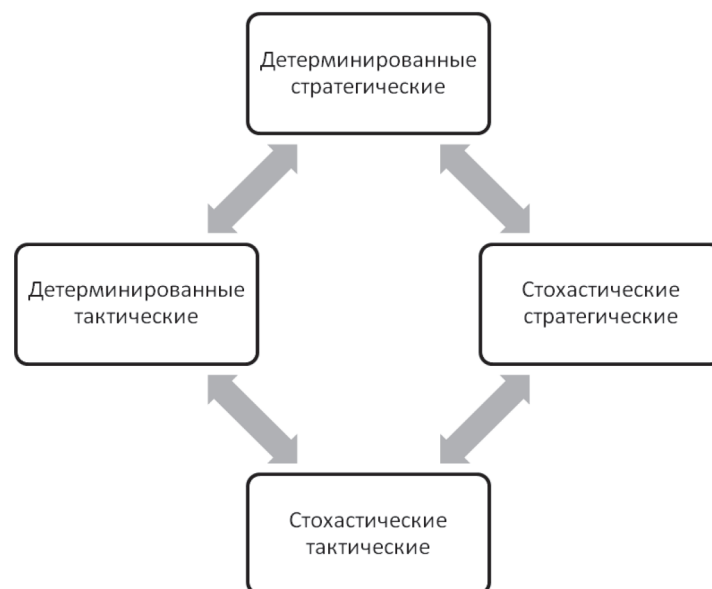


Рис. 1. Классификация финансовых моделей стоимости компании

Максимальную важность для менеджмента, а также для собственников компаний приобретает рост цены инвестированного капитала. Чаще всего бывает нелегко применить приращенную стоимость фирмы в управленческих целях вследствие того, что сложно обозначить главные

факторы, влияющие на эту самую стоимость. Кроме того, важно понимать, что зачастую рынок не работает результативно и успешно, поэтому на цены активов, кроме всего прочего, влияют случайные колебания и изменения в настроении инвесторов (маркетинговый шум).

Истории становления и совершенствования концепций мониторинга работы компаний на базе их ценности свойственна поэтапность, однако в целом есть среди них единая черта, которая заключается в отходе от использования финансовых моделей на основе бухгалтерской отчетности компаний [3].

Считается, что бухгалтерская оценка фундаментальной стоимости компании является, по существу, неэффективной и не может в полной мере отражать реальные показатели роста стоимости компании, показатели, отражающих ее благосостояние либо падение. Следует выделить следующие причины, отражающие несостоятельность моделей на основе бухгалтерских показателей:

- бухгалтерская прибыль, которая отражается в финансовых отчетах компаний, значительно отличается от реального денежного потока, и такое отличие во многих случаях может оказаться существенным;
- отражаемые в бухгалтерской отчетности компании показатели подвержены манипулированию и искажению в личных целях;
- возможная альтернативная ценность капитала компании и риски никоим образом не отражаются в бухгалтерской и прочей документации.

Исходя из вышесказанного, можно констатировать, что увеличение стоимости отечественных компаний, которое предопределяется синхронным давлением как финансовых, так и нефинансовых аспектов, выступает базой для проработки коммерческой и финансовой тактик, структур мотивации руководителей фирм. Одной из концепций, отвечающих на вопрос о главной цели компании, является парадигма экзистенциально интегрированного менеджмента, или Value Based Management (VBM).

Данная парадигма опирается на то, что основными выгодоносителями работы фирмы выступают в первую очередь владельцы капитала, а наращивание благосостояния собственников выступает фактически основной целью всей деятельности.

VBM – это модель руководства предприятием, которая аккумулирует старания всех лиц, принимающих управленческие решения на качественном улучшении метрик оперативной и тактической эффективности через администрирование важнейшими компонентами стоимости бизнеса [4].

Мониторинг риска вложений капитала в предприятие и альтернативных затрат размещения и применения капитала выступают одним из основных отличий метрик VBM от учетных подходов.

Как мы уже обозначили, важным параметром, позволяющим оптимизировать механизм прогнозирования ценности бизнеса выступает средневзвешенная стоимость капитала, которая рассчитывается по формуле

$$WASS = K_e \cdot \frac{E}{V} + K_d \cdot (1 - T) \cdot \frac{D}{V}, \quad (1)$$

где K_e – рыночная стоимость компании; K_d – оценочная стоимость совокупного долга компании; E – капитализация компании; D – рыночная стоимость обязательств в абс. величинах; T – ставка корпоративного налога; V – совокупная стоимость акционерного капитала и обязательств.

Что касается классификации VBM метрик, наиболее полной и аргументированной выступает систематизация, предложенная Д. Л. Волковым. Она включает в себя две группы показателей:

- показатели, основанные на данных бухгалтерского учета, таких как остаточная прибыль (RI), экономическая добавленная стоимость (EVA), рыночная добавленная стоимость (MVA);
- показатели, основанные на финансовых потоках – денежная добавленная стоимость (CVA), акционерная добавленная стоимость (SVA), денежная рентабельность инвестиций (CFROI).

Рассмотрим более подробно метрики VBM, основанные на оценке фундаментальной стоимости компаний.

Residual income (RI или остаточная прибыль). Основы подхода к расчету данного показателя были заложены еще А. Маршаллом. На сегодняшний день существует два основных способа расчета:

- 1) по остаточной операционной прибыли: чистая операционная прибыль минус затраты на весь капитал;
- 2) по остаточной чистой прибыли: чистая прибыль минус затраты на собственный капитал. Данный подход оценивает компанию с точки зрения собственников и более обоснован, так как чистая прибыль может быть распределена между собственниками в форме дивидендов.

Любая модель анализа деятельности компаний лежит в основе экономически эффективного управления предприятием. Это требует проверенного алгоритма управления процессом. В этом процессе все виды деятельности, методы и технологии используются для достижения общей цели: создать управление, основанное на ценности, основывая процесс принятия решений по ключевым факторам, которые увеличивают стоимость. Социальная ценность процесса управления компанией основана на факторах ценообразования, факторах, которые могут на них повлиять, и наиболее зависимых и чувствительных к цене.

Анализ факторов, определяющих стоимость компании, включает выявление критических факторов и определение контрольного значения для изменений в значении каждого показателя. Вот почему очень важно изучить этот вопрос и уделить ему особое внимание в теории оценки стоимости компаний. Значительно влияние факторов стоимости на денежный поток компаний, что также сопряжено с инвестиционным риском и в большой степени определяет важность вопроса о взаимосвязи факторов стоимости и их влияния на показатели деятельности компании.

В целом под фактором стоимости предприятия следует понимать определенный показатель, переменную, которая непосредственно влияет на эффективность и результативность производственной деятельности предприятия.

Как уже было упомянуто ранее, факторы, определяющие стоимость предприятия, а также его конкурентоспособность, можно подразделить на внешние и внутренние. Рассмотрим более подробно каждую группу факторов.

В целом внутренние факторы также можно подразделить на несколько групп подфакторов (рис. 2).



Рис. 2. Классификация внутренних факторов стоимости предприятия

Управленческие факторы стоимости предприятия влияют на взаимосвязь системы управления предприятием и структурой персонала и его вовлеченности в производственный процесс. Работающая в рамках предприятия система управления персоналом, а также система мотивации должны отвечать современным реалиям, быть способны реагировать на любые изменения, что непосредственно будет воздействовать на повышение стоимости предприятия и его конкурентоспособности.

Технико-экономические факторы стоимости оказывают непосредственное влияние на производственный процесс. Наиболее эффективное, а также рациональное использование собственных производственных мощностей, ресурсов будет способствовать повышению результативности работы предприятия и повышению его стоимости.

Финансовая составляющая предприятия может говорить как о его платежеспособности, рентабельности, так и о банкротстве. Вот почему более прагматичным считается применение собственного капитала. Отсюда и понимание того, что если компания может закрывать потребности внутренними финансово-экономическими ресурсами, то она обладает конкурентным преимуществом в долгосрочном периоде, а значит более устойчива в рыночной среде.

Научно-техническое оснащение производства будет свидетельствовать о конкурентоспособности предприятия, поскольку внедрение достижений научно-технического прогресса повышает уровень использования имеющихся ресурсов в интенсивных темпах, что, конечно же, влияет на благосостояние всей фирмы и ее стоимости.

Важную роль играют также коммуникационные факторы. Общность сотрудников фирмы, позитивная аура взаимоотношений и взаимодействий между отдельными структурными подразделениями, повышенная мотивация работников, взаимовыручка и «чувство плеча», безусловно, делают производственный процесс продуктивным, а компанию конкурентоспособной в рыночной среде.

Еще одним немаловажным фактором, влияющим на стоимость компании, выступают инвестиции. Поскольку запасы любой компании неограничены, возникает необходимость дополнительных регулярных вложений в технологии.

Вложение капитала в модернизацию старых и разработку новых продуктов и услуг способствует выстраиванию взаимовыгодных связей между участниками рынка для сохранения нужного уровня конкурентоспособности предприятий и их стоимости.

Внешние детерминанты стоимости фирмы относятся к макроэкономической составляющей экономики (рис.3).

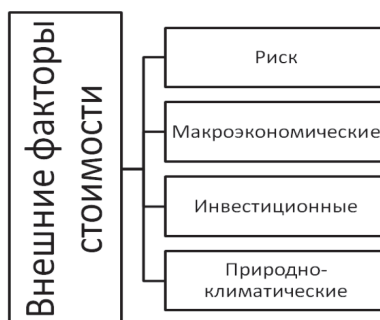


Рис. 3. Классификация внешних факторов стоимости предприятия

Создание производственных мощностей требует больших инвестиций в технологические процессы, в управление компанией и бизнес-процессы.

Интернационализация и глобализация, экономические отношения и значимость капиталовложений в развивающиеся отрасли, несомненно, повлекут за собой позитивные сдвиги в работе компании.

Выбор инвестора падает на отрасль или регион, наиболее привлекательные с точки зрения инвестиционной активности. При этом он руководствуется показателями инвестиционной привлекательности.

Конкуренция и риски взаимозависимы от влияния на экономический сегмент. Риск одновременно заставляет предприятия вступить в систему естественного отбора через конкурентную борьбу, при этом именно конкуренция заставляет идти на определенные риски в целях улучшения благосостояния компании и повышения ее стоимости.

Следует отметить, что при определении макроэкономических факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, различные исследования субфакторов включают денежно-кредитную политику, девальвацию национальной валюты страны, политическую ситуацию в стране, уровень инфляции и уровень налогообложения промышленных предприятий, которые в значительной степени зависят от уровня конкуренции и налоговой инфляции.

Если ожидаемый уровень инфляции увеличится, необходимы меры по ограничению расходов компаний, сокращению средних сроков дебиторской задолженности, что может негативно сказаться на деятельности компаний при одновременном увеличении налоговой нагрузки, а при снижении уровня налоговой нагрузки будет иметь положительный результат. Влияние факторов, рассчитанных в установленные сроки, способствует макроэкономическому развитию предприятий, при условии своевременного учета их влияния.

Предоставляемый морфологический метод переоценки имеющихся факторов, идентифицирующих стоимость предприятий, несомненно, определяет приоритетность оценки руководством компании тех факторов, которые до настоящего времени не учитывались, но которые влияют на степень устойчивости фирмы в своей сфере. Весь инструментарий, который идентифицирует конкурентную устойчивость бизнеса в своей совокупности дает возможность составить научно-методический подход к переоценке конкурентных преимуществ и недостатков компаний.

Состязательность на сегодняшнем рынке, неустойчивое развитие национальных экономик и невозможность долгосрочного планирования, побуждают компании к поиску и разработке более действенных стратегий роста и развития. Только индивидуальные для каждого предприятия разработанные стратегии могут в дальнейшем привести к росту доходности бизнеса для собственников в условиях имеющегося риска [1].

Применение ценностного подхода и выявление факторов, определяющих стоимость, является только частью процесса определения стоимости бизнеса. Менеджерам компаний необходимо скоординировать процессы и механизмы, стандартизирующие процесс принятия решений в своей текущей ежедневной работе. Для того чтобы администрирование приносило действенные результаты, в том числе и финансовые, руководящие органы должны использовать системное управленческое мышление на всех уровнях введения бизнеса.

Обычно при исследовании данной проблемы оценки бизнеса акцент смещается на четыре основополагающие концепции администрирования бизнес-процессов:

- 1) тактика становления и совершенствования;
- 2) назначение приоритетных ставок банковского процента;
- 3) проектирование бюджетных средств;
- 4) формирование структуры вознаграждений и наказаний на предприятии.

Таким образом, все перечисленные управленческие процессы, дадут положительную отдачу, при правильной последовательности, приемлемой для конкретной организации с ее характеристиками. Здесь работа по шаблону не принесет ожидаемого результата. В первую очередь каждой компании важно выработать тактику, позволяющую систематически увеличивать прибыль. Во вторую очередь важно разбить выработанную тактику на задачи, решаемые в краткосрочный период, и те задачи, которые будут решены в долгосрочном временном отрезке. И, наконец, в третью очередь с учетом выделенных приоритетов становится возможным просчитать и определить конкретные действия, направленные на получение общего результата.

Кроме того, необходимы системы вознаграждения и оценки эффективности, контролирующие соответствие целевым установкам и поощрять сотрудников к выполнению поставленных задач.

Проработка концепций, и в первую очередь интерпретация компромиссных концепций, а также взаимосвязь руководителей разных уровней должны опираться на критерии роста ценности. Но это в идеале, а реалии таковы, что выработка стратегии осуществляется на разных организационных уровнях. Так, например, на уровне руководящих органов концепция развития в основном отображается в принятых решениях о способах ведения бизнеса, предполагаемых плюсах координации действий отдельных бизнес-групп, а также перераспределении ресурсов между ними. В данной ситуации менеджеры высшего звена оптимизируют общую стоимость всей компании и решают вопросы необходимости приобретения или продажи отдельных бизнес-единиц. Часто эта стратегия является результатом детального анализа стратегий бизнес-единиц.

После обсуждения и уточнения стратегии по повышению стоимости компании нужно определить характер целей стратегии. Определение целевых норм – вопрос довольно субъективный, но его важность не следует недооценивать. Строгие правила служат для лидеров способом выразить свои намерения, которые, по их мнению, они осуществят. Без целевых стандартов организация не знала бы, куда идти. Слишком низкие стандарты могут быть легко реализованы, но производительность в настоящее время ниже нормы. Когда стандарты явно недостижимы, они больше не соответствуют мотивации сотрудников [4].

Системы мотивации и оценки эффективности предназначены для мотивации менеджеров и других сотрудников к достижению своих целей и отслеживанию их успеха в этой области. Для бухгалтеров нет ничего проще, чем оценивать результаты покупок, но нас всегда интересовало, как менеджеры проверяют цифры, чтобы оценить их эффективность. К сожалению, критерии эффективности часто не связаны со стратегией компании или бизнес-единицы и, следовательно, бесполезны или, что еще хуже, вредны. Не менее удивительным является тот факт, что менеджеры и сотрудники производственных отделов имеют четкие критерии эффективности, связанные с долгосрочной стратегией, если таковые имеются.

Системы измерения производительности, лежащие в основе управления затратами, могут потребовать значительных изменений в традиционной практике организации. Во-первых, результаты должны оцениваться менеджерами, а не бухгалтерами. Если, как упоминалось выше, компания или бизнес-единица установили краткосрочные и долгосрочные целевые стандарты и знают о своих ключевых ценностных факторах, разработка системы оценки эффективности является довольно простой задачей.

Заключение / Conclusion. Таким образом, предлагаемый классификационный подход к оценке факторов, определяющих стоимость предприятий, дает возможность высшему менеджменту учитывать факторы, которые ранее не рассматривались при определении уровня конкурентоспособности предприятий. Набор определяющих конкурентоспособность факторов позволит сформировать методический подход к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях нестабильной рыночной среды

ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Антипатов, Ю. А. Обзор научных взглядов на разработку стратегии развития фирмы в рамках исследования экономической категории / Ю. А. Антипатов // Вопросы науки и образования. – 2018. – № 19 (31). – С. 26–29. – Текст : непосредственный.
2. Озерова, Т. М. Эффективное управление стоимостью компании / Т. М. Озерова // Молодой ученый. – 2020. – № 24 (314). – С. 208–212. – Текст : непосредственный.
3. Погодина, Т. В. Формирование стратегических целей инвестиционной деятельности в зависимости от стадий жизненного цикла компании / Т. В. Погодина // Институциональная модернизация регионов: экономические, социальные и управленческие вызовы : материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары, 2016. – С. 448–452. – Текст : непосредственный.

4. Романенко, О. А. Особенности управления компанией на основе концепции стоимости: сравнительная характеристика базовых моделей / О. А. Романенко, М. В. Попов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2015. – № 4(58) – С. 62–65. – Текст : непосредственный.
5. Степанов, Д. А. Стратегическое планирование и управление развитием промышленных предприятий: российская и зарубежная методическая парадигма / Д. А. Степанов // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 12. – С. 309–310. – Текст : непосредственный.
6. Тудвасева Е. Ю. Бизнес-план и планирование на предприятии / Ю. Е. Тудвасева // Бизнес и дизайн ревю. – 2020. – № 3 (19). – С. 3–6. – Текст : непосредственный.

REFERENCES AND INTERNET RESOURCES

1. Antipatrov, Yu. A. Obzor nauchnyh vzglyadov na razrabotku strategii razvitiya firmy v ramkah issledovaniya ekonomicheskoy kategorii (Review of scientific views on the development of a company development strategy in the framework of the study of the economic category) / Yu. A. Antipatrov // Voprosy nauki i obrazovaniya. – 2018. – № 19 (31). – P. 26–29.
2. Ozerova, T. M. Effektivnoe upravlenie stoimost'yu kompanii (Effective cost management of the company) / T. M. Ozerova // Molodoi uchenyj. – 2020. – № 24 (314). – P. 208–212.
3. Pogodina, T. V. Formirovanie strategicheskikh celej investicionnoj deyatel'nosti v zavisimosti ot stadii zhiznennogo cikla kompanii (Formation of strategic goals of investment activity depending on the stages of the company's life cycle) / T. V. Pogodina // Institucional'naya modernizatsiya regionov: ekonomicheskie, social'nye i upravlencheskie vyzovy : materialy VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – SHeboksary, 2016. – P. 448–452.
4. Romanenko, O. A. Osobennosti upravleniya kompaniej na osnove koncepcii stoimosti: sravnitel'naya harakteristika bazovykh modelej (Features of company management based on the concept of value: comparative characteristics of basic models) / O. A. Romanenko, M. V. Popov // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta. – 2015. – № 4(58) – P. 62–65.
5. Stepanov D.A. Strategicheskoe planirovanie i upravlenie razvitiem promyshlennykh predpriyatij: rossijskaya i zarubezhnaya metodicheskaya paradihma (Strategic planning and management of the development of industrial enterprises: Russian and foreign methodological paradigm). / D. A. Stepanov // Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. – 2020. – № 12. – P. 309–310.
6. Tudevaseva E. Yu. Biznes-plan i planirovanie na predpriyatii (Business plan and planning at the enterprise) / Yu. E. Tudevaseva // Biznes i dizain revyu. – 2020. – № 3 (19). – P. 3–6.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Джавадова Овсання Мэлистовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и внешнеэкономической деятельности СКФУ. E-mail: ovsannadzhavadova2016@mail.ru

Капинос Илья Владимирович, студент направления 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Экономика фирмы», СКФУ. E-mail: kapinosovil@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ovsanna Dzhavadova, Candidate of Economics, Associate Professor, Economics and Foreign Economic Activities, North-Caucasus Federal University. E-mail: ovsannadzhavadova2016@mail.ru

Ilya Kapinosov, student, 38.04.01 Economics («Economics of the company» course), North-Caucasus Federal University. E-mail: kapinosovil@gmail.com