



KOMPANIYA QIYMATINI SAMARALI BOSHQARISH

dots. Qosimova Sayyora

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

ORCID: 0009-0000-2969-2950

sayyorakarimova88@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada biznes qiymatini samarali boshqarishning tarkibiy qismlari tahlil qilingan. Boshqaruvning beshta tarkibiy qismi belgilanib, xorijiy kompaniyalar tajribasi tahlil qilindi. Tadqiqotlar asosida kompaniya qiymatini boshqarishni takomillashtirish yo'llari ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: biznesni baholash, qiymatni boshqarish, investorlar, strategik xarita.

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ

доц. Касимова Сайёра

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. В настоящей статье проанализированы составляющие эффективного управления стоимостью бизнеса. Выявлены пять составляемых управления, проанализирован опыт зарубежных компаний. На основании исследования разработаны пути совершенствования управления стоимостью компаний.

Ключевые слова: оценка бизнеса, управление стоимостью, инвесторы, стратегическая карта.

EFFECTIVE MANAGEMENT OF COMPANY VALUE

assoc. prof. Kasimova Sayyora

Tashkent State University of Economics

Abstract. This article analyzes the components of effective business value management. Five components of management are identified, the experience of foreign companies is analyzed. Based on the research, ways to improve the company's value management have been developed.

Keywords: business valuation, value management, investors, strategic map.

Kirish.

Biznes qiymatini boshqarish tashkilotni boshqarishdagi eng asosiy va muhim vazifalardan biridir. Hozirgi vaqtda kompaniya qiymatini boshqarish mavzusi juda dolzarb. Bu qiymat boshqaruvi investorlarni jalb qilish, shuningdek, raqobatbardosh kompaniya bo'lib qolish imkonini berishi bilan izohlanadi. Ta'kidlash joizki, kompaniyaning qiymatini baholash bo'yicha bilim darajasi uni rivojlanishining turli istiqbollarini prognoz qilish imkonini hamda daromadning va biznesning rentabelligini oshishiga yordam beradi.

Ishning maqsadi kompaniya qiymatini boshqarishning samarali usullarini aniqlashdir. Bunday holda, biznesning qiymati deganda, ularning investitsiyalarining barcha mumkin bo'lgan xavflarini hisobga olgan holda investitsiya yoki tashkilotning daromadlarini ichki baholash tushuniladi.

Iqtisodiy tizim tarkibida asosiy rolni real iqtisodiyot sektori egallaydi, unda turli xil iqtisodiy tovarlar taqsimlanadi, ishlab chiqariladi va keyinchalik sotiladi. Har qanday davlat iqtisodiyotining asosi bo'lgan turli mulkchilik shaklidagi xo'jalik yurituvchi subyektlarning rentabelligini ham hisobga olish muhimdir. Ular yordamida davlat byudjeti daromadlarining salmoqli qismi shakllantirilmoqda. Shu bilan birga, daromad olish maqsadlarini maksimal darajada qondirish uchun aholi talabining yuqori darajasi ta'minlanadi.

Adabiyotlar sharhi.

Rivojlangan mamlakatlarda biznesni mulkiy majmua sifatida va uning aktivlari tarkibiga kiruvchi mulkning bozor qiymatini baholash nazariyasi va uslubiy asoslari to'liq ishlab chiqilgan. Xorijda mavjud bo'lgan korxona va uning aktivlari qiymatini baholashning nazariyasi ko'p asrlik tarixga ega. XVIII asrdayoq Germaniyalik mashhur matematik olim G.Leybnit tomonidan korxonaning bozor qiymatini ekspert baholash qoidalari ishlab chiqilgan. Baholash buxgalteriya hisobi metodi sifatida va undan sotuv narxda hisobga olishda foydalanilish tavsiyalari bo'yicha ko'rsatmalar dastlab XVII asrda buxgalteriya hisobi asoschilari L.Pacholi va A. di Pietrolarning ishlarida eslatilib o'tilgan.

Biznes qiymatini baholashga bo'lgan zamonaviy qarashlar esa "Kompaniya qiymatini boshqarish" konsepsiyasida ifodalangan. U 1980-yilning o'rtalarida AQSHda vujudga kelgan. Ko'rsatilgan konsepsiyani birinchilardan amalyotga tatbiq etgan mualliflari bo'lib Kouplend, Tim Koller, Murrin, Skott, Jiri-Deluzon, Lenayzenlar hisoblanishadi (Sarev va Kantarovich, 2007).

Nisbatan yaqinda nashrdan chiqqan Kouplend, Koller, Murrinlarning kasbiy ko'rsatmalarida mualliflar "qiymatning yaratilishi" tushunchasiga tayangan biznesning "real (haqiqiy) qiymati"ning mohiyatini yetarli darajada to'liq ochib berganlar.

"LAIR" ekspert markazi bosh baholovchi-mutaxassisi Gusevaning fikricha, biznes qiymatni baholash jarayonining o'ziga xos xususiyati bo'lib uning bozor xarakteri hisoblanadi. Bu shuni anglatadiki, baholash faqatgina baholanayotgan obyektga egalik qilish yoki uni tashkil etishga ketadigan xarajatlarni hisobga olish bilan chegaralanmaydi. U albatta vaqt omili, xatar omili, bozor konyukturasi, raqobat modeli va darajasi, baholanayotgan obyektning iqtisodiy xususiyatlari, uning bozordagi ommaviyligi va mashhurligi (gudvil), obyektning makro va mikroiqtisodiy yashash muhiti kabi barcha bozor omillarini hisobga oladi (Yegerev, 2005).

Ko'z yordamida korxona qiymatining umumiy masalalaridan tashqari, baholash amaliyotida opsiya nazariyasini qo'llash imkoniyatlariga alohida to'xtalib o'tadi. Meyerning tadqiqotlari biznes samaradorligini baholash ko'rsatkichlariga bag'ishlangan, Skott esa qiymat omillari va ularni boshqarishni o'z ishining markaziga qo'yadi. Barux, Reyli, Shveys o'z ishlarida nomoddiy aktivlarni baholash masalalariga to'xtaladilar (Axtyamov va boshq., 2016). Ammo shuni ta'kidlash kerakki, O'zbekistonda baholash faoliyati amaliyoti faqat yigirmanchi asrning 90-yillaridan boshlab faol rivojlana boshlaganligi sababli, to'plangan tajriba asosan xorijiy hisoblanadi, ammo baholashning barcha usullarini O'zbekiston sharoitida ayniqsa raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi sharoitida qo'llash mumkin emasligi aniq.

Xususan, ilmiy yangilik potentsialini o'z ichiga olgan vazifa sifatida biznesni ikkita asosiy tarkibiy qismni o'z ichiga olgan tizim sifatida baholash vazifasini ajratib ko'rsatish kerak: kompaniya iqtisodiy faoliyatning moddiy asosi sifatida va biznesning o'zi, ma'lum texnik-ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarda ma'lum tovarlar (xizmatlar) ishlab chiqarish uchun ma'lum iqtisodiy tizim sifatida iqtisodiyotning tarmoq tuzilishini o'zgartirishda ushbu faoliyat istiqbollari nuqtai nazaridan.

Keyinchalik, XIX asrning oxirgi uchdan bir qismidagi marjinalizm nazariyasi vakillari mikroiqtisodiyot, mikroiqtisodiy tahlil muammolari bilan shug'ullana boshlaganlarida Marshall "firmaning asosiy prinsiplarini" shakllantirdi, ularning asosiylari Marshallning fikricha, foydani maksimallashtirishdir, baholash kompaniyani boshqarish majmuasigazamonaviy tilda moliyaviy va strategik boshqaruv tizimlariga qo'shila boshlaydi (Barsukov va Skorшелletti, 2012).

Keyinchalik, XX asr o'rtalarida amerikalik iqtisodchi Gelbreyt moliyaviy menejmentning maqsadli yo'nalishi mezoniga ko'ra ikki turdagi kompaniyalarni (firmalarni) ajratishni taklif qildi: tadbirkorlik va yetuk. Uning fikriga ko'ra, tadbirkorlik firmasi bozor elementi rahm-shafqatiga ega va foydani ko'paytirish motivlariga asoslanadi. Yetuk kompaniyaning o'zi narxlarni belgilaydi va uning asosiy maqsadi avtonomiyani ta'minlashdir: moliyaviy mustaqillik, to'lov qobiliyati va moliyaviy barqarorlik (Beilen, 2018). Shunday qilib, Gelbreyt birinchilardan bo'lib "moliyaviy mustaqillik" tamoyilining muhimligini ta'kidladi.

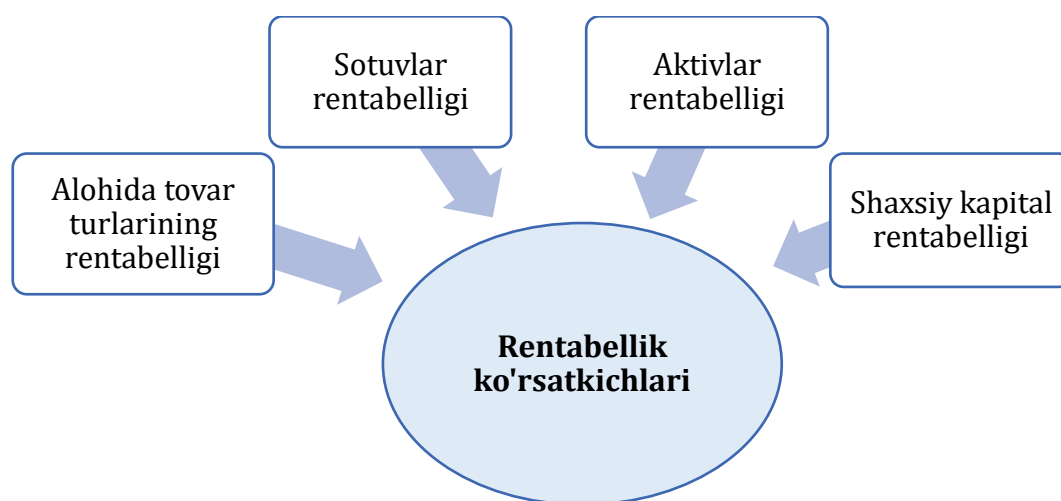
Shu bilan birga, biznesni baholash muammolari vaqt o'tishi bilan uning qiymatining o'zgarishi va uni boshqarish faqat o'tgan asrning ikkinchi yarmida mustaqil tadqiqot obyektiga aylandi va hozirda yetarlicha o'rganilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur mavzuni yoritishda tahlil, induksiya, deduksiya, korrelyatsiya, tizimli va kompleksli yondashuv usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Turli bozor mexanizmlarining evolyutsiyasi korxonaga bitimlar obyekti sifatida mustaqil harakat qilish imkonini berdi. Xo'jalik yurituvchi subyektning qiymatini aniqlash uchun biznesni baholashni o'tkazish muhimdir. Biznesni baholash murakkab jarayon bo'lib, uning maqsadi zarur hisob-kitoblarni amalga oshirish va kompaniyaning qiymatini aniqlash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash va qayta ishlashdir (Busov, 2017). Vaziyatni tushunish uchun baholash faoliyatini amalga oshirish mulk, aktivlar yoki umuman tadbirkorlik sub'ekti narxini aniqlash bilan bog'liq emas, balki foyda olish uchun amalga oshirilishini tushunish kerak.

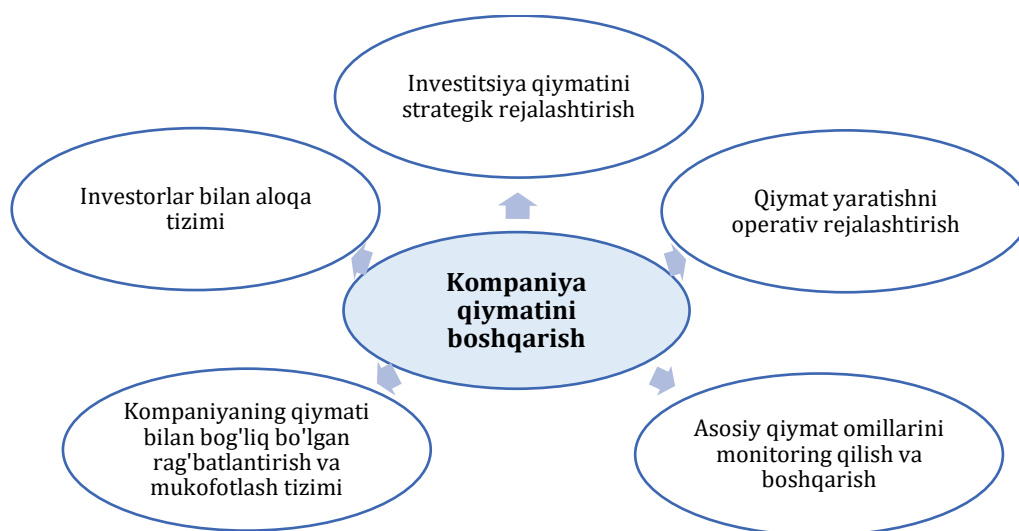


1-rasm. Rentabellik ko'rsatkichlari (Buxarin va boshq., 2016)

Qoidaga ko'ra, biznesni baholash nafaqat uni boshqa egasiga topshirish yoki sotish paytida sodir bo'lishi mumkin, balki salbiy va ijobiy tendensiyalarni kuzatish uchun tashkilot ichida vaqti-vaqti bilan amalga oshirilishi kerak. Buning sababi shundaki, agar korporatsiyaning qiymati zamonaviy bozor sharoitida tushib qolsa, uning qiymatini oshirish va

zarur choralarni ko'rish kerak. Biznesni baholash turli xil moliyaviy va iqtisodiy parametrlarning butun majmuasiga muvofiq amalga oshiriladi, ularning eng muhimi rentabellikdir. Uning ko'rsatkichlari zamonaviy bozor sharoitida korxona samaradorligi va unumdorligi darajasini ko'rsatadi. Har qanday kompaniyaning ish jarayoni yetarlicha foydali bo'lmasligi mumkin, ammo shunga qaramay, har bir kishi maksimal samaradorlik bilan ishlashga intiladi, bu esa ishdan maksimal foyda olish uchun kompaniyaning barcha zaxiralari va resurslaridan eng maqbul va foydali foydalanishni ko'rsatadi.

Shuningdek, kompaniya qiymatini boshqarishning beshta komponentini ajratib ko'rsatish kerak.



2-rasm. Kompaniya qiymatini boshqarish komponentlari (Kexil, 2017)

Birinchidan, ushbu holatda juda muhim nuqta - mulkdorlar kapitalining investitsiya qiymatini strategik rejalashtirishdan foydalanish. Shu bilan birga, strategik qarorlar qabul qilishda qiymat haqida o'ylashni joriy etish ham muhimdir. Natijada, bozor strategiyasining samaradorligini baholash uchun zarur ma'lumotlarga, shuningdek, amaliyotga tatbiq etilishi va qo'llanilishi kerak bo'lgan turli xil texnologiyalarga nisbatan sifat jihatidan yangi talablarni shakllantirish zarurati paydo bo'ladi.

Zamonaviy ekspertlarning ta'kidlashicha, strategiya xaritasini yaratish maqsadga muvofiq - bu kelajakdagi faoliyatning asosiy maqsadlarini aks ettiruvchi kompaniyaning balanslangan ko'rsatkichlarining asosiy tarkibiy qismi, kompaniya strategiyasini amalga oshirishni kafolatlash imkonini beruvchi universal vosita. 1990 yilda N.Norton va R.Kaplan "Kelajak tashkilotining samaradorlik ko'rsatkichlari" mavzusida tadqiqot olib borishda yetarlicha samarali strategiyalarning yomon amalga oshirilishi sabablarini izladilar. Natijada "Balanslangan ko'rsatkichlar tizimi (BSC)" deb nomlangan konsepsiya ishlab chiqildi.

Ushbu konsepsiyaning asosiy g'oyasi shundaki, korxonalar asosan moliyaviy ko'rsatkichlarni rejalashtirish bilan cheklanib, ushbu ko'rsatkichlarga erishish muammolarini hisobga olmaydilar. BSC usuli asosida strategik xaritanı yaratish bizga boshqarilishi mumkin bo'lgan quyi tizimlarni batafsil ko'rib chiqish va ushbu tizimlar yordamida kompaniya maqsadlariga erishish imkoniyatlarini yaratish imkonini berdi. BSC usulining asosiy xususiyati xarakterli modelni - kompaniyada qabul qilingan strategiyada belgilangan maqsadlarga erishish uchun muhim shartlarni bosqichma-bosqich ishlab chiqish bilan xaritanı qurishdir. Kompaniyada aniq ishlab chiqilgan strategiya bo'lmasa, ushbu xaritanı qurish mumkin emas. Norton va Kaplan mantiqni taklif qildilar, unga ko'ra maqsadlarning sabab-oqibat munosabatlari to'rtta zonada (istiqbolda) quriladi:

❖ Bozor;

- ❖ Moliya;
- ❖ O'qitish va rivojlantirish;
- ❖ Korxona ichidagi biznes jarayonlari.

Strategik ishlab chiqarish xaritasida strategiyani vizuallashtirish hozirgi vaqtda eng kuchli boshqaruv vositalaridan biri hisoblanadi.

Amaliy faoliyat natijalari shuni ko'rsatadiki, to'g'ri tuzilgan strategik xaritani yaratish samaradorlikning eng muhim masalalari, strategik tashabbuslar va asosiy ko'rsatkichlarni osongina aniqlash imkonini beradi. Biroq, strategik xaritalarning afzalliklariga qaramay, kompaniyalar ularni yaratishda ko'pincha xatolarga yo'l qo'yishadi. Strategik xaritani yaratishning muhim boshlanish nuqtasi kompaniyaning missiyasi va maqsadining mazmunli tasavvuridir. Ko'pincha, maqsad va missiyaning formulalari standartdir. Strategik xaritani yaratish jarayonida boshqaruv jamoasining ishtirokini tasdiqlash uchun top-menejerlarning jamoa bilan individual suhbatlari zarur.

Ikkinchi komponent - korxonaning turli boshqaruv darajalaridagi ichki bo'linmalarining operatsion faoliyatini baholash uchun ko'rsatkichlar tizimini yaratish, unda tashkiliy va boshqaruv tuzilmasining turli darajalaridagi menejerlarning vakolat doirasi va javobgarlik taqsimoti hisobga olinadi. Asosiy tamoyillarga asoslangan ushbu ko'rsatkichlar tizimi kompaniyaga ham, sanoatga ham xos bo'lgan noyob parametrlar bilan to'ldiriladi.

Endi so'nggi ko'rsatkichlar tizimi yordamida menejerlar ma'lum bir boshqaruv darajasida amalga oshirilishi kerak bo'lgan muayyan operatsion qarorlarning butun kompaniya qiymatiga ta'sirini baholashlari mumkin. Ularning ta'sirini aniqlash va o'lchash, ya'ni eng "qiymatning sezgir zonalarini" baholash orqali boshqaruv jamoasi mavjud muqobil variantlardan tanlovni asoslash va ustuvorliklarni aniqlash vositasini oladi.

Kompaniya qiymatini boshqarishning uchinchi komponenti har xil qiymat omillarini doimiy monitoring qilishdir. Monitoring natijalariga ko'ra noxush jarayon va hodisalarni dastlabki bosqichda aniqlash va bartaraf etishga imkon beradigan shoshilinch choralar ko'rish zarur. Agar zamonaviy mutaxassislarning fikrini inobatga oladigan bo'lsak, unda barcha "qiymatlarni yo'q qiluvchilarni" erta bosqichda aniqlash kerak (Shumilin, 2020).

To'rtinchi komponent - bu kompaniya xodimlarini rag'batlantirish va rag'batlantirishning malakali tashkil etilgan va to'g'ri tizimini shakllantirish. Shu bilan birga, har bir xodimning korxona qiymatiga qo'shgan hissasini aniq belgilash kerak. Buning uchun korxonada xodimlarni rag'batlantiradigan maxsus tizimni joriy etish maqsadga muvofiqdir. Bu ish haqining o'zgaruvchan qismini korxona qiymatiga asoslangan yangi parametrlarga bog'lash zarurligiga asoslanadi. Bunday vaziyatda maqsadli vazifalarni ishlab chiqish zarurati tug'iladi, ularni izlash bir necha yil davomida amalga oshirilishi kerak. Bunday vaziyatda ko'plab korxonalar ushbu taktikani qo'llashadi. Misol tariqasida, 20-asrning oxirida mashhur bo'lgan va allaqachon bu usuldan foydalanishni boshlagan Germaniyaning Siemens kompaniyasini keltirishimiz mumkin. Ushbu kompaniyada yuqori boshqaruv lavozimlarini egallagan rahbarlar ish haqining 60 foizini iqtisodiy foyda ko'rsatkichidan oladilar, xodimlar uchun bu ish haqining 15 foizidan 20 foizigacha tashkil qiladi.

Boshqa usullar ham dolzarbdir. Masalan, Amerikaning Dow Chemical kompaniyasida maqsadli ko'rsatkichlarga erishish uchun bonuslar olish imkoniyati amaliy faoliyatdir. Ushbu tamoyilni qo'llash kompaniyaga filiallari dunyoning turli burchaklarida joylashgan ko'plab bo'linmalarining samaradorligini bir necha bor oshirish imkonini berdi. Shuningdek, menejerlarning tashkilot qiymatiga qo'shgan hissasini baholash uchun xodimlarning kompaniya aksiyalariga ega bo'lish imkoniyatini ko'rib chiqish mumkin (Volkov, 2012).

Umuman olganda, xorijiy mamlakatlarda kompaniya qiymatini boshqarish bo'yicha turli tajribalar mavjudligini umumlashtirish mumkin.

Beshinchi komponent bu uchinchi shaxslar va ayniqsa investorlar bilan aloqalar. Kompaniyaning qiymatini boshqarishda ushbu yo'nalishga yetarlicha e'tibor berish kerak. Barcha manfaatdor tomonlar, shu jumladan investorlar, korxona qiymatining asosiy

ko'rsatkichlari, shuningdek, kompaniya foydasini oshirish va turli xil salbiy jarayonlarni zararsizlantirish bo'yicha ko'riladigan harakatlar to'g'risida barcha zarur ma'lumotlarga ega bo'lishi kerak.

Shu sababli umume'tirof etilgan an'anaviy usullarni modernizatsiya qilish zarurati tug'iladi. Afsuski, an'anaviy usullar ma'muriy iqtisodiyot davrida ham menejmentda chuqur ildiz otgan va bugungi kunda ular mamlakatimiz biznesida yetakchilik qilmoqda. Shuning uchun, agar bunday usullar haqiqatan ham boshqaruv konsepsiyalarini qabul qilishda muvaffaqiyatli bo'lgan xorijiy kompaniyalar tajribasini hisobga olgan holda modernizatsiya qilinsa, haqiqatan ham korxona daromadini oshirish va uni barqaror qilish mumkin.

Birinchi navbatda biznesni baholashga yondashuvni o'zgartirish zarur. Mamlakatimizda keng tarqalgan usullardan ba'zilar rentabellik va rejalashtirilgan sof foyda hajmini aniqlashdir. Shu bilan birga, mutaxassislar uchun kapital qiymati, xatarlar, obyektning bozor va qo'shimcha qiymatini tahlil qilish kabi harakatlar muhimdir. G'arb mamlakatlarida korxona qiymatini oshirish asosiy maqsad hisoblanadi. O'z navbatida, zamonaviy O'zbekiston bozori sharoitida baholash faoliyatiga bo'lgan talab ko'char va ko'chmas mulkni sotib olish va sotish bilan bog'liq. Lekin bozor munosabatlarining rivojlanishi davrida korxonalar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar jarayoni ancha murakkablashdi. Sug'urta, mulkni topshirish, kreditlash, kompaniyalarni begonalashtirish va qo'shilish operatsiyalari bilan bog'liq xizmatlar paydo bo'ldi. Tenderlar va auktsionlar, shuningdek, ma'lum shartlarda, shuningdek, biznesni baholash jarayonlarining rivojlanishiga sabab bo'lgan birja vositalarini sotish bo'yicha tanlovlar o'tkazila boshlandi. Turli xorijiy sarmoyalarni jalb qilish uchun ochiq iqtisodiy zonalar ham yaratila boshlandi. Shuning uchun G'arb investorlari doimiy ravishda korxona qiymati to'g'risidagi ma'lumotlarni talab qila boshladilar.

Baholash ishlarini olib borish turli tuzilmalar uchun juda foydali. Agar davlat organlari korxonaning qiymatini bilsalar, ular xususiylashtirish jarayonlarini aniqlashlari, soliq solinadigan bazani o'z ichiga olishi, shuningdek sud maqsadlarida baholashni o'tkazishlari va korxonani tugatish jarayonlariga rioya qilishlari mumkin. Kredit va sug'urta kabi tashkilotlar uchun kompaniyaning qiymatini aniqlash juda muhimdir. Bunday holda, u to'lov qobiliyatining ko'rsatkichi sifatida ishlaydi. Shuningdek, bu holda sug'urta to'lovlari va qarz mablag'larini aniqlash mumkin. Agar tadbirkor o'z obyektining qiymati bilan bog'liq vaziyatni to'liq bilsa, bu biznes jarayonlariga tegishli tuzatishlar kiritish, shuningdek, zarur iqtisodiy ko'rsatkichlarni aniqlash imkonini beradi.

Xulosa va takliflar.

Yuqorida aytilganlarning barchasiga asoslanib quyidagi xulosalarni chiqarishimiz mumkin. Shunday qilib, korxona qiymatini boshqarish:

- ❖ Korxonaning iqtisodiy resurslaridan foydalanish samaradorligini aks ettiruvchi, korxona qiymatining oshishini ta'minlovchi maqsadli ko'rsatkichlar tizimini shakllantirishni talab qiladi.
- ❖ Korxonaning ishlab chiqarish va tijorat faoliyatining strategik va joriy vazifalarini muvofiqlashtirish orqali ta'minlanadi.
- ❖ Mulk majmuasi sifatida korxona qiymatini boshqarish jarayoni texnologiyasi bilan belgilanadi.
- ❖ Korxona qiymatini uzoq muddatli va barqaror maksimallashtirish uchun optimal strategiyani ishlab chiqishni ta'minlaydi.

Adabiyotlar/Литература/References:

Ахтямов, Гончар ва Тихонова (2016) 'Оценка интеллектуального капитала организации как элемента внутренней стоимости предприятия.' Креативная экономика, № 8, с. 945–960.

Барсуков ва Скорчеллетти (2012) 'Конкурентоспособность инновационного проекта: содержание, факторы, оценка.' Российское предпринимательство, № (102), с. 49–54.

Беилин ва Хоменко (2018) 'Экономическая оценка оптимальной производительности инновационного предприятия с учетом цикличности его развития.' Вопросы инновационной экономики, № 3, с. 499–512.

Бусов, Землянский ва Поляков (2017) Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Издательство «Юрайт».

Бухарин, Озеров, Пупенцова ва Шаброва (2016) Оценка и управление стоимостью бизнеса: учебное пособие. СПб: ЭМ-НУТ.

Волков (2012) 'Оценка бизнеса при управлении его стоимостью.' Российское предпринимательство, № 24(222), с. 68–75.

Егерев (2005) 'Оценка стоимости отдельных подразделений бизнеса.' Вопросы оценки, № 4, с. 22.

Кэхилл (2017) Инвестиционный анализ и оценка бизнеса: Учебное пособие. М.: ДиС.

Царев ва Кантарович (2007) Оценка стоимости бизнеса. Учебное пособие. М.: Юнити, с. 324.

Шумилин ва Еременко (2020) 'Бухгалтерская модель системы поддержки принятия решений.' Научное обозрение: теория и практика, Т. 10, № 4(72), С. 612–619. DOI 10.35679/2226-0226-2020-10-4-612-619.