

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБРАЩЕНИЕ АВТОРА	3
Глава 1. СТОИМОСТЬ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ. ЗАЧЕМ? И ЧТО?	5
1.1. Основные тенденции развития современного бизнеса. Когда необходима «правильная» оценка?	5
1.2. Зачем оценивать стоимость? Стратегия и стоимость бизнеса	10
1.3. Что такое стоимость бизнеса?	13
1.4. Эволюция и становление VBM (Value Based Management)	29
1.5. Современные теории и подходы к управлению стоимостью	46
Глава 2. СТОИМОСТЬ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ. КАК?	60
2.1. КАК оценить стоимость бизнеса?	60
2.1.1. Доходный подход	61
2.1.2. Сравнительный подход	82
2.1.3. Затратный подход	90
2.1.4. Метод ЕВО (Эдвардса–Белла–Ольсона)	92
2.1.5. Метод реальных опционов	100
2.1.6. Прочие современные методы оценки бизнеса (модель Бакши–Чена)	124
2.2. КАК увеличить стоимость бизнеса? (и снова про ЗАЧЕМ?)	132
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	145
ЛИТЕРАТУРА	149
СПИСОК 150 АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ И АББРЕВИАТУР ОПИСАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ	157
CONTENTS	162